Revista del
CONSUMIDOR
TREINTA AÑOS Profeco
Procuraduria Federal del Consumidor • México • Número 349 • Marzo 2006 • www.profeco.gob.mx • $ 20.00 • ISSN 0185-8874

El Laboratorio Profeco reporta:

Medias
¿con calidad o a medias?

Secadoras
las que sirven y las que no

Enfermeras
no corra riesgos al contratarlas

Subastas por internet
¿son seguras sus compras?

¡Delicioso menú de Cuaresma!

Tecnología Doméstica: **moños (pan dulce)** Platillo Sabio Profeco: **caldo de camarón**

Sumario

4

Buzón del lector

6

Miscelánea del consumo

12

Alerta al consumidor
Le advertimos sobre algunos problemas

14

Profeco, 30 años de servicio
El poder de los consumidores

20

Cómo nos venden
Publicidad boca a boca: el comercial lo hace usted

24

Entrega especial
Mujeres, un reclamo de igualdad

40

Infografía
Medias

66

Antes de contratar
Enfermeras

70

Pequeños consumidores
5 de marzo, día de la familia

74

Consumando
Peligro en el centro comercial

76

Consumidores en acción
Grupo de Estudios Ambientales, A. C.

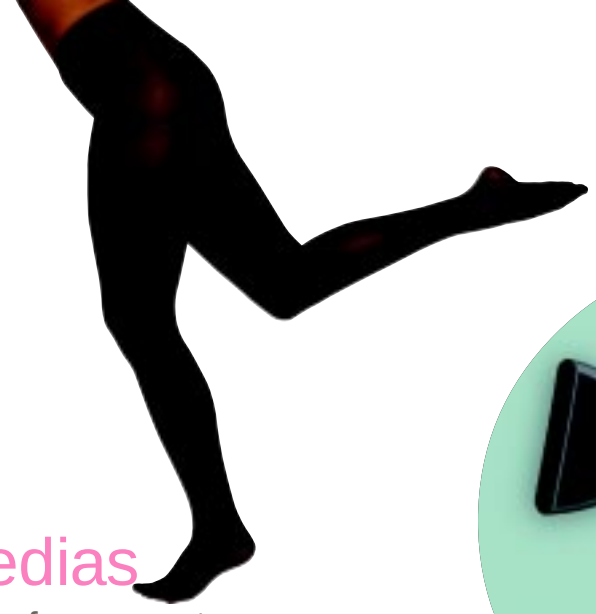
78

Yo, consumidor

80

Avances

Revista del CONSUMIDOR
Marzo 2006, Núm. 349



30
Medias y pantimedias
El Laboratorio Profeco reporta

42
Secadoras de pelo
El Laboratorio Profeco reporta

48 Subastas en internet
Qué hay detrás de

64 Para que arme su colección...

Caldo de camarón
Platillo Sabio Profeco

Moños (pan dulce)
Tecnología Doméstica Profeco

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Carlos Arce Macías

Coordinador General de Educación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Difusión
Mónica Braun Guillén

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Directora de Contenidos
Jacqueline Ruiz Gómez

Coordinadora Editorial
Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Reportero
Walter Jasso Anderson

Colaboradores
Adriana Hernández Uresti
José Trinidad Camacho (Trino)
Verónica Díaz Rodríguez
Martín Avilés y Arturo Said

Editor Gráfico
Javier Caballero Sandoval

Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Roberto Paz Amaya

Fotógrafo
José Rodríguez

Corrección
Luis Amador Valdez Vázquez

Consejo Editorial
Carlos Arce Macías
Luis Mariano Acévez Estrada
Miguel Ángel Arreola Roque
Gabriela Hernández Cardoso
José Antonio Hernández Miranda
Raúl García Moreno Elizondo
Jacoba Niembro Tapia
José Rodrigo Roque Díaz
Rafael Serna Sánchez

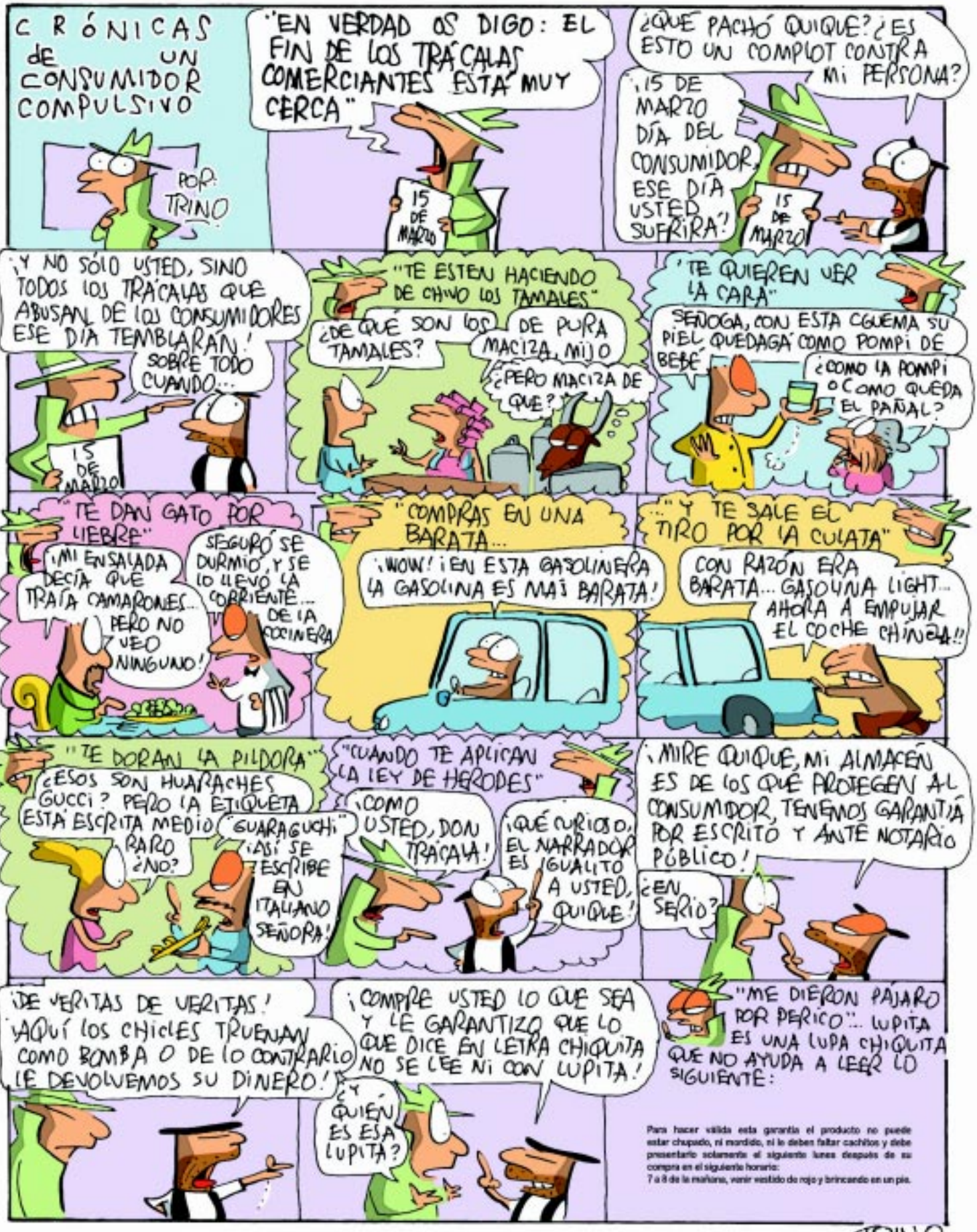
El próximo 8 de marzo se celebra el Día Internacional de la Mujer, fecha de gran importancia no sólo porque las mujeres constituyen poco más de la mitad de la población mundial, sino porque, a pesar de todos los esfuerzos realizados, la igualdad de los sexos en cuanto a derechos dista mucho de ser una realidad.

Baste sólo un dato: sumando la jornada laboral y doméstica, en promedio las mujeres trabajan más horas que los hombres, sólo que por ser el "sexo débil" su trabajo, aunque puede ser especializado, no se remunera en la misma medida que el masculino. Y su trabajo doméstico (el que permite a sus parejas e hijos tener un sitio agradable donde vivir, ir con ropa limpia y planchada, y bien alimentados al trabajo o a la escuela) ni siquiera existe a los ojos de buena parte de los varones.

El trabajo de las mujeres es fuente de bienestar y riqueza, y el poder adquisitivo que ahora tienen mueve la economía mundial; no en vano ellas son el principal blanco de la publicidad, las que más consumen.

Una conseja antigua reza: "No hagas a los demás lo que no quieres que te hagan". Sin ánimo de moralizar, en materia de igualdad, conviene que los hombres reflexionen sobre su papel como hijos, novios, esposos, padres, pues a partir de la reflexión personal y luego colectiva, los esfuerzos políticos pueden dar resultados positivos para el bienestar de toda la sociedad.

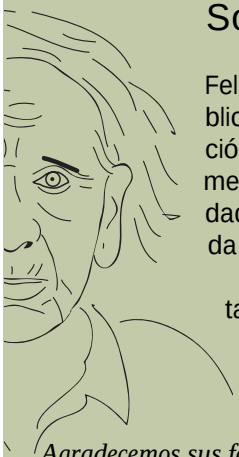
Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, D. F. Teléfono 5568-8722. Fax 5553-0574. rconsumidor@profeco.gob.mx
Publicidad institucional: 5211-7419


CRÓNICAS de UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
"EN VERDAD OS DIGO: EL FIN DE LOS TRÁCALAS COMERCIANTES ESTÁ MUY CERCA"
15 DE MARZO
¿QUÉ PACHÓ QUIQUE? ¿ES ESTO UN COMPLOT CONTRA MI PERSONA?
¡15 DE MARZO DÍA DEL CONSUMIDOR, ESE DÍA USTED SUFRIRÁ!
15 DE MARZO
¡Y NO SÓLO USTED, SINO TODOS LOS TRÁCALAS QUE ABUSAN DE LOS CONSUMIDORES ESE DÍA TEMBLARÁN! SOBRE TODO CUANDO...
15 DE MARZO
"TE ESTEN HACIENDO DE CHIVO LOS TAMALES"
¿DE QUÉ SON LOS TAMALES?
DE PURA MACIZA, MIJO
¿PERO MACIZA DE QUÉ?
"TE QUIEREN VER LA CARA"
SEÑOGA, CON ESTA CGUEMA SU PIEL QUEDAGÁ COMO POMPI DE BEBÉ
¿COMO LA POMPI O COMO QUEDA EL PAÑAL?
"TE DAN GATO POR LIEBRE"
¡MI ENSALADA DECÍA QUE TRAÍA CAMARONES... PERO NO VEO NINGUNO!
SEGURO SE DURMIÓ, Y SE LO LLEVÓ LA CORRIENTE... DE LA COCINERA
"COMPRAS EN UNA BARATA..."
¡WOW! ¡EN ESTA GASOLINERA LA GASOLINA ES MÁS BARATA!
"...Y TE SALE EL TIRO POR LA CULATA"
CON RAZÓN ERA BARATA... GASOLINA LIGHT... AHORA A EMPUJAR EL COCHE CHINEA!!
"TE DORAN LA PILDORA"
¿ESOS SON HUARACHES GUCCI? PERO LA ETIQUETA ESTÁ ESCRITA MEDIO RARO ¿NO?
"GUARAGUCHI" ¡ASÍ SE ESCRIBE EN ITALIANO SEÑORA!
"CUANDO TE APLICAN LA LEY DE HERODES"
¡COMO USTED, DON TRÁCALA!
¡QUÉ CURIOSO, EL NARRADOR ES IGUALITO A USTED, QUIQUE!
¡MIRE QUIQUE, MI ALMACÉN ES DE LOS QUE PROTEGEN AL CONSUMIDOR, TENEMOS GARANTÍA POR ESCRITO Y ANTE NOTARIO PÚBLICO!
¿EN SERIO?
¡DE VERITAS DE VERITAS! ¡AQUÍ LOS CHICLES TRUENAN COMO BOMBA O DE LO CONTRARIO LE DEVOLVEMOS SU DINERO!
¡COMPRE USTED LO QUE SEA Y LE GARANTIZO QUE LO QUE DICE EN LETRA CHIQUITA NO SE LEE NI CON LUPITA!
¿Y QUIÉN ES ESA LUPITA?
"ME DIERON PÁJARO POR PERICO"... LUPITA ES UNA LUPA CHIQUITA QUE NO AYUDA A LEER LO SIGUIENTE:
Para hacer válida esta garantía el producto no puede estar chupado, ni mordido, ni le deben faltar cachitos y debe presentarlo solamente el siguiente lunes después de su compra en el siguiente horario:
7 a 8 de la mañana, venir vestido de rojo y brincando en un pie.
TRINO

Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx

Esperamos sus cartas*



Sobre Alzheimer

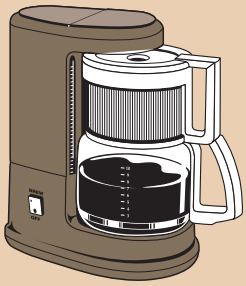
Felicidades por el artículo sobre Alzheimer que publicaron recientemente. Nos causa mucha satisfacción que este tipo de información sea difundida por medios serios y que se le dé al público la oportunidad de recurrir a centros donde puedan recibir ayuda y orientación.

Muchas gracias, su trabajo nos facilita la difícil tarea que estamos realizando.

Heidi Cueto
Asociación Mexicana de Alzheimer

Agradecemos sus felicitaciones, pero sobre todo el apoyo que su asociación nos brindó para la elaboración de este artículo.

Café de norma

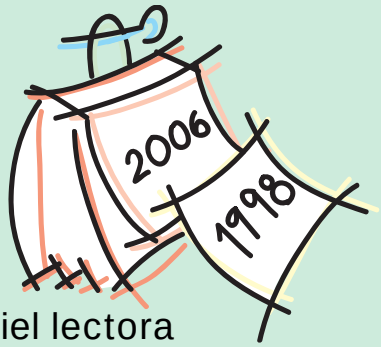


Trabajo en una planta de automóviles como ingeniero de seguridad, y actualmente estoy tratando de aplicar algún estándar para el tipo de cafeteras eléctricas que utilizará la gente en el área de producción.

Revisé el estudio que publicaron en 2002 para usarlo como referencia y vi que se basaron en algunas normas, ¿dónde las puedo conseguir?
Hugo López

El estudio de cafeteras eléctricas al que hace referencia se basó en los lineamientos establecidos en las Normas Oficiales Mexicanas NOM-003-SCFI-2000 y NOM-024-SCFI-1998; también se emplearon las Normas Mexicanas NMX-J-521/1-ANCE-1999 y NMX-J-521/2-15-ANCE-2001.

Usted puede descargar gratuitamente el texto completo de estas normas en el sitio www.economia-noms.gob.mx



Fiel lectora

Tengo en mis manos la *Revista del Consumidor* de octubre de 1998, ¡imagínense! La leo y releo, y no pierde vigencia. Conservo gratos recuerdos de Profeco, pues cuando vivía en la Ciudad de México solicité sus servicios para hacer efectiva la garantía de un producto, y su intervención me ayudó mucho. Por eso, les deseo lo mejor para este año y que su mensaje llegue a más consumidores.
Consuelo Valdez López

Muchas gracias por su carta y su lealtad a la revista, esperamos contar con su preferencia siempre.

*Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los *Lineamientos para la protección de datos personales* emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información).

Seguridad en línea

Hola, quisiera saber cuál es el método más seguro y efectivo para realizar una compra en línea, pues la verdad no confío mucho en enviar los datos de mi tarjeta de crédito a una página web. ¿Existen otros métodos de pago? ¿Han realizado algún estudio al respecto?
Andrés Ramos

Pagar una compra en línea con tarjeta de crédito es seguro, siempre y cuando el sitio cuente con la tecnología necesaria para proteger la información transmitida. Si la dirección del sitio comienza con https en lugar del http habitual, significa que cumple con la legislación en materia de seguridad y confidencialidad aplicable a su país. También es importante que busque un candado o llave en la pantalla del navegador antes de proporcionar sus datos; dé doble clic sobre el candado para verificar que el certificado esté vigente.

Muchos sitios también ofrecen la posibilidad de realizar pagos a través de un depósito bancario, sólo debe cerciorarse de que la cuenta esté a nombre del proveedor.

Sea cuál fuere la forma de pago que elija, es importante que compruebe que el sitio proporcione información sobre la identidad del vendedor (dirección física, teléfono y correo electrónico); los términos de compra (costo total, condiciones de devolución, cancelación, etc.) y de confidencialidad y seguridad.

Profeco constantemente monitorea sitios mexicanos para verificar el cumplimiento de todos estos aspectos. Usted puede consultar los resultados de estos monitoreos en nuestro sitio en internet www.profeco.gob.mx en el vínculo Comercio electrónico del menú Consumo informado. Si el sitio donde usted quiere comprar no aparece ahí, escríbanos a quienesquien@profeco.gob.mx

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Calculadora del SAR
  La herramienta que te permitirá comparar entre Afores para apoyarte en tu decisión
- La **AFORE** en la que estás **asignado**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

Teléfonos:
01800 • 5000 747
5269 • 0205

Horario de Atención

Asesoría personalizada de **Lunes** a **Viernes** de 9:00 a 19:00 hrs.

Servicio automático de Calculadora, e información sobre tu cuenta asignada, las 24 hrs. del día los 365 días del año.

Por Walter Jasso Anderson

Échele leche

Foto Joé Rodríguez

Aquel típico consejo materno de tomar un vaso de leche al día, no estaba nada equivocado. Nuevos estudios confirman la importancia del desayuno, el cual, aseguran, es más beneficioso si incluye leche. El desayuno es un gran aliado para la pérdida o mantenimiento de peso, según James O. Hill, investigador en temas de obesidad de la Universidad de Colorado, en Estados Unidos. Los estudios indican que la gente que desayuna cereal con leche baja en grasa, generalmente es más delgada que quienes no desayunan o comen otra cosa, y es más probable que a largo plazo tengan éxito en mantener un peso saludable. La investigación de Hill analiza los hábitos alimenticios de 3 mil adultos; las personas que casi siempre desayunaron, y que con frecuencia incluyeron en su menú el cereal con leche, mantuvieron una reducción de peso de por lo menos 13 kilos al año. La investigación muestra que cuando los adultos con sobrepeso, que no acostumbran beber leche, empiezan a incluir tres vasos diarios en una dieta baja en calorías, pueden perder más kilos y grasa corporal que la gente que simplemente reduce el consumo de calorías y no toma leche. Esto se debe a que la mezcla de nutrientes encontrados en el alimento, como el calcio y la proteína, pueden mejorar la capacidad del cuerpo para quemar la grasa.

Fuente www.hispanicbusiness.com/news/newsbyid.asp?id=27526&cat=Today's+Popular+Stories&more=/news/newspopular.asp

"Mi nombre no es Bond, sino $$$..."

Foto www.jamesbond007.net/dvd/Goldfinger.jpg

El valor económico de ciertos objetos de culto puede rebasar hasta la más pródiga imaginación de cualquier trama de película: el plateado auto convertible de la marca Aston Martin modelo 1965, que usara el espía británico de cine James Bond en filmes como *Goldfinger*, fue vendido a un multimillonario suizo –quien se resguardó en el anonimato–, en la escandalosa suma de 1.9 millones de dólares (unos 22 millones de pesos), en una subasta de coches que se realizó en Estados Unidos durante enero pasado. Seguramente el comprador tendrá que contratar algún "agente secreto" (cuyo número de licencia no será 007, lástima) para custodiar tan cara posesión.

Fuente www. iblnews.com/story.php?id=9036

Foto Archivo

Castigo a compradores de piratería

Próximamente, no sólo los vendedores de artículos pirata podrán ser detenidos y/o multados, ahora también serán sujetos de persecución todos los que adquieran estos productos. En diciembre del año pasado el pleno de la Cámara de Diputados aprobó reformas a la Ley de la Propiedad Industrial, Código Penal Federal y Ley Federal del Derecho de Autor a fin de perseguir de oficio, sin que medie denuncia o querella, el delito de piratería.

De acuerdo con la enmienda, que se turnó al Senado de la República para su eventual ratificación y entrada en vigor, a quien sea sorprendido comprando piratería "con conocimiento de que se trata de objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas por ley", se le impondrá una multa de uno a 100 días de salario mínimo vigente en el Distrito Federal, y en caso de reincidencia, multa y arresto administrativo hasta por 36 horas. Además, se establece que a los vendedores se les impondrá una sanción de 10 mil a 100 mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal para compensar a cada titular de los derechos en su carácter de afectados.

Más que nunca, vale recordar la importancia de adquirir únicamente artículos originales, pues la piratería implica baja calidad, ninguna garantía, daño a la economía del país... y en un futuro cercano, cárcel.

Fuente *El Economista*, 15 de diciembre de 2005

Para los amantes del "reventón"

Foto José Rodríguez

La ociosa manía de reventar entre los dedos las burbujas de aire del embalaje plástico de ciertos productos frágiles (con su característico sonido "pop, pop, pop"), llamó la atención de la empresa japonesa Rakuten, que en diciembre pasado, simple y sencillamente sacó a la venta en Japón paquetes con 15 láminas de dicho embalaje. El Pucchin Sukatto! ofrece horas y horas de distracción en calidad de "juguete", "premio para fiestas" y hasta como "herramienta de ejercicio para los dedos de gente mayor". Este singular distractor cuesta 231 yenes (casi 21 pesitos), más gastos de envío. Resulta difícil imaginar algún producto en venta que sea más absurdo, aunque cabe reconocer que a veces, cuando abrimos una caja que contiene algún artículo nuevo, hacemos más caso de las mencionadas burbujas que del objeto al cual protegían, ¿a poco no?

Fuente www.laflecha.net/canales/curiosidades/noticias/200601081/

Consumidores en la radio

Dos frecuencias del ahorro

INCONTRARE
lo invita a escuchar
el programa
Casa, vestido y sustento
todos los jueves
de 12 a 13 horas
por la 660 de AM,
la radio de los ciudadanos

...y tampoco
se pierda
El cuarto del consumo,
con Fernanda Tapia
y Humberto Vélez,
ahora también en
nuestra página
de internet
www.profeco.gob.mx

Incontrare ac
entre consumidores

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Foto Archivo

¿Ciberadicto yo?

¿Acaso usted vive, literalmente, en el ciberespacio? Tenga en cuenta que, según especialistas del centro Internet/ Computer Addiction Services (Servicios de Adicción a Internet y la Computadora) de la Universidad de Pennsylvania, **la desmedida afición a la red ha sido diagnosticada como el "desorden adictivo a internet" (DAI, por sus siglas en inglés), y se estima que entre 6 y 10% de los aproximadamente 189 millones de usuarios en Estados Unidos la padecen.**

Aún no se cuenta con un registro de cifras para México o América Latina. Sin embargo, la también llamada "netdependencia" se detecta por un comportamiento que interfiere en la vida normal de una persona, causando estrés severo a su familia, amigos y jefes. Por ejemplo, alguien que pasa más horas de las necesarias navegando por la red, descuidando su entorno familiar o laboral, y que prefiere enviar correos electrónicos, chatear o jugar en vez de convivir con sus hijos o realizar su trabajo, puede considerarse un ciberadicto.

Otros síntomas del DAI son la constante preocupación por estar conectado, el mentir sobre el tiempo que se navega, aislamiento social, dolor de espalda y aumento de peso. De acuerdo con los académicos, esta adicción requiere del mismo tratamiento que otros problemas de compulsión similares. Así las cosas, si fuera el caso, para lograr la recuperación quizá cabría decir: "Sólo por hoy diré no al ratón".

Fuente:www.lacronica.com/edicionenlinea/nota.asp?NumNota=109439

Moda muy segura

Cosas del siglo XXI: **la ropa ya no es únicamente a prueba de agua o de manchas, ahora también puede ser ¡a prueba de balas!** En enero pasado, el diseñador colombiano Miguel Caballero presentó en Guadalajara un peculiar desfile de modas en el que los modelos vistieron una colección blindada (disponible en estilos casual y formal para hombre y mujer), constituida por chamarras, chalecos, camisas y blusas confeccionadas mediante técnicas similares a las utilizadas para fabricar la ropa de la policía, aunque en una versión más ligera (pesan 1.2 kilos en promedio), y sin que se note el blindaje (hecho a prueba de balas de distintos calibres). Los precios de esta ropa oscilan entre los 3 mil y los 30 mil pesos aproximadamente. Los principales clientes de estas prendas ya son varios jefes de estado de distintos países. ¿Paranoia o necesidad?

Fuente www.miguelcaballero.com

Foto Archivo

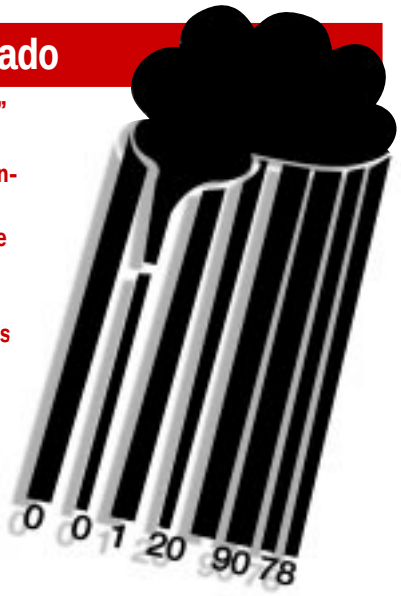
Escuela de mello

Buuu... enas noticias para los cazafantasmas: el supuestamente encantado castillo de Muncaster, edificio con 800 años de antigüedad que se encuentra en Londres, Inglaterra, alberga desde este mes de marzo una escuela sobre fantasmas. Investigadores escépticos de la Universidad de Birmingham eligieron el lugar para dar clases de sensibilización ante fenómenos paranormales.

Aunque se tienen reportes de que en Muncaster ocurren extrañas apariciones fantasmales, los académicos buscan que los alumnos logren dar con una explicación racional a tales sucesos, los cuales podrían tener vinculación con fenómenos físicos naturales. Las clases tienen un costo de 120 libras (unos 2,300 pesos) por dos días de enseñanza, noche en el castillo incluida. Cabe preguntarse si los proveedores de este "aterrador" servicio devolverían el dinero en caso de que los espectros decidieran hacer de las suyas con el estudiantado...

Fuente www.es.news.yahoo.com/23012006/159/castillo-muncaster-convertido-escuela-fantasmas.html

El impulso de comprar, develado



Si va a ir al centro comercial, cuide que no lo "dope" la dopamina: recientes investigaciones dadas a conocer a finales de 2005 y realizadas por neurocientíficos de la Universidad de Emory, en Estados Unidos, arrojaron la conclusión de que la alegría que ocasiona el hecho de comprar está ligada a la dopamina, químico cerebral asociado con las sensaciones placenteras y de satisfacción, la cual es liberada en el cerebro cuando se experimenta algo nuevo o emocionante.

Un aspecto fundamental de los citados estudios establece que el alza en los niveles de dopamina se relaciona más con la anticipación que con la experiencia misma de compra, lo que explicaría por qué muchas personas se divierten con tan sólo mirar vitrinas o buscar ofertas. Sin embargo, la dopamina también puede llevar a una mala decisión si la persona se deja atrapar por la excitación del momento; asimismo, una mala calidad en el servicio de la tienda o el percatarse de que ha gastado demasiado, pueden eliminar rápidamente la sensación de bienestar que las compras brindan al consumidor.

Los investigadores sugieren que, por ejemplo, si se posterga una compra impulsiva por un día, se elimina el factor de la novedad, y así se ponderará la necesidad o no de tal adquisición. ¿Cómo la ve?

Fuente www.heraldnet.com/stories/05/12/13/100hea_1eshop001.cfm

Contigo es posible

Profeco informa

Con respecto a la problemática surgida en el mercado de gasolinas y diesel, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), informa:

- **Operativos de verificación a estaciones de servicio**
  PROFECO continuará estos operativos, para garantizar litros completos al consumidor. Las gasolineras que sean sorprendidas en irregularidades, serán inmovilizadas.

- **Legalidad**
  La Secretaría de Economía respalda los operativos realizados por la PROFECO y reafirma que la aplicación de la Ley no es negociable.

- **Bombas de gasolina**
  Aquellas que no cumplan con la norma vigente, deberán de ser sustituidas por dispensarios modernos de última tecnología. Estas *bombas*, deberán cambiarse en un período máximo de 8 meses. Tendrán que sustituirse aproximadamente 20,000 *bombas*.

- **Autorización de modelo o prototipo**
  La Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía, continúa trabajando en la autorización de diversos modelos de *bombas*. En las próximas 2 semanas, habrá autorizados más de 20 modelos. Con esto empieza a resolverse la falta de marcas y modelos de *bombas* disponibles en el mercado nacional.

En la defensa de los consumidores
¡No hay marcha atrás!
Procuraduría Federal del Consumidor

SECRETARÍA DE ECONOMÍA | SE

Construyendo un México fuerte
con oportunidades para todos

www.economia.gob.mx

Foto Archivo

Pescado congelado

Mucho ojo con el ojo del pescado. Un estudio sobre los cambios que sufre el pescado congelado a escala molecular, presentado por miembros del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España en enero pasado, tiene como objetivo desarrollar un dispositivo que en un futuro cercano permita a la industria alimenticia y al consumidor final poder calcular el tiempo que lleva bajo congelamiento el pescado a determinada temperatura, parámetro que es un indicador de calidad (en general, a mayor tiempo congelado, mayor deterioro).

Este aparato medirá automáticamente la calidad del pescado fresco, y se basará en los mismos parámetros que evalúa cualquier experto comprador: el olor, el color y la textura. El nombre de este dispositivo es Artificial Quality Index (Índice Artificial de Calidad). Aún no hay fecha para su salida al mercado. Mientras, los conocedores recomiendan fijarse no sólo en el olor y el brillo, aspectos que pueden variar entre especies, sino en el ojo, que no debe estar hundido, y el cual constituye un buen indicio de calidad en este nutritivo alimento.

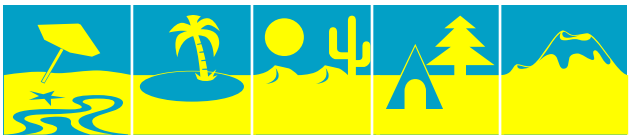
Fuente www.consumaseguridad.com/web/es/sociedad_y_consumo/2006/01/13/21961.php

Foto Archivo

¡Qué "regadota"!

¿Recuerda la ballena que se hizo famosa al adentrarse en el río Támesis de Londres, Inglaterra, en enero pasado? Bueno, pues resulta que un abusado quiso sacar ventaja del interés mundial que despertó tal suceso, y en ese mismo mes, colocó en un sitio de subastas por internet una regadera que supuestamente había sido utilizada para echar agua al animal y así mantenerlo húmedo mientras varias personas intentaban auxiliarlo, aunque finalmente falleció. El precio de venta inicial de la regadera fue de 1,924 libras (alrededor de 35 mil pesos), y hubo una oferta de 6,952 libras (poco menos de 135 mil pesos). Pero, ¿qué cree? El equipo humano que intentó salvar la vida de la ballena denunció como falso el mencionado artículo, por lo que la subasta fue retirada, evitando así un fraude que hubiera sido tan grande como el mismo cetáceo.

Fuente *Reforma*. 25 de enero de 2006



Así viajamos

Más vale prevenir... Una investigación del Centro de Estudios en Turismo (Cestur) de la secretaría federal del mismo sector, presentada a finales de 2005 y realizada a 1,300 personas en el D. F., Guadalajara y Monterrey, reveló que existe una escasa planeación de los viajes por parte de los turistas nacionales en temporada alta, como Semana Santa y verano, lo cual ha originado que las llamadas expectativas de viaje no concuerden con la realidad: mientras que el **36%** de los entrevistados planeaban viajar, sólo el **17%** lo llevó a cabo. Así, más de la mitad de los viajes se frustraron. El estudio denominado "Hábitos de consumo del turista nacional señala que durante la Semana Santa 2005", seis de cada **10** familias planearon su viaje con una semana, o menos, de anticipación. Esto se traduce en que los turistas suelen toparse con que ya no hay hospedaje ni transporte porque se satura la oferta. La investigación también apunta que la mayoría de los mexicanos (que gastaron en promedio **400** pesos diarios por persona durante el periodo vacacional) prefieren las playas, a las cuales arriban por carretera. Las principales rutas para ambos periodos vacacionales son Ciudad de México-Acapulco, Guadalajara-Puerto Vallarta y Monterrey-Tampico. Una adecuada organización que se anticipe con suficiente tiempo a las vacaciones, puede ayudar a que usted y los suyos se la pasen de lo mejor. Su bolsillo, y sobre todo su familia, se lo agradecerán.

Fuente Estudio "Hábitos de Consumo del Turista Nacional. Temporada vacacional Semana Santa 2005", Centro de Estudios en Turismo, Secretaría de Turismo

Foto cortesía videojuego Aztlán

Videojuego a la mexicana

La importante industria de los juegos por computadora no había contado con la presencia de productos nacionales que tuvieran posibilidades comerciales... hasta hoy. Con el fin de titularse, tres estudiantes de ingeniería en sistemas computacionales del Instituto Politécnico Nacional, comenzaron a desarrollar, a mediados de 2004, un videojuego basado en la historia de México. Así nació Aztlán, ambientado en una era prehispánica-fantástica, un mundo místico con dioses y criaturas imaginarias en el que el jugador debe ir "progresando" para ganar nuevas habilidades, objetos y conocimiento. Los ingenieros, cuyas edades fluctúan entre 21 y 30 años de edad, comentan que la mejor experiencia para gozar del videojuego ocurre en la modalidad de equipo, pues la interacción entre varias personas permite que las misiones se incrementen a través de túneles, cavernas y templos, lo que da como resultado un producto con un perfil recreativo y didáctico.

Aztlán estará disponible para jugarse por internet pagando una renta mensual de entre 50 y 140 pesos aproximadamente, y aunque actualmente se encuentran a la búsqueda de inversionistas, los desarrolladores confían en que este mismo año conquistarán el mercado.

Fuente Entrevista con los ingenieros del IPN Adrián de la Cruz y Enrique Medina, co-creadores del videojuego

Profra. Carmen Martín R.*

Aleja los temores

El desarrollo del niño trae consigo etapas en que el miedo y, en casos extremos, las fobias, se encuentran presentes.

¿Cierto día tu hijo ya no quiere ir a la escuela y llora desconsoladamente porque teme a la maestra? o ¿noche tras noche busca dormir contigo por temor a la oscuridad? El miedo es uno de los problemas más comunes y, con frecuencia, el más difícil de manejar para los padres. Todos los pequeños atraviesan por periodos en que sufren temor; de hecho es normal en esta edad. A su vez, funciona como señal que avisa a los padres de los conflictos por los que atraviesan sus hijos. Esto puede presentarse ante un peligro real o imaginario, presente o futuro; es el temor de que suceda algo contrario a lo que se desea; es un choque emocional. Los niños lo manifiestan por medio de la mímica, gesticulaciones, llanto, alteraciones del ritmo respiratorio, palpitaciones, palidez, opresión, transpiración, temblores, catalepsia o rigidez de los miembros.

¿Qué hacer?

Cuando el niño manifiesta alguna de las características antes mencionadas, es necesario:

- Investigar la causa o raíz del miedo.
- No burlarse o menospreciar sus sentimientos.
- Hablarle con tranquilidad y cariño.
- Ofrecerle consuelo y seguridad, calmándolo mediante la reflexión objetiva.

Muchas veces los adultos somos los que engendramos en nuestros pequeños los miedos para poder tener control sobre su conducta; por ejemplo, hablarles de "va a venir el coco", "si no comes te inyecto", "te dejo solo", "te va a picar la araña". Pero, ojo, el miedo que pueda presentar un niño hacia algo, se puede llegar a transformar a la larga en una verdadera fobia si no hay buen manejo. Por eso no debe hacerse.

Por otro lado, el ambiente familiar y social con toda la carga de menciones tradicionales acerca de la muerte, películas y programas de televisión facilitan y promueven el aprendizaje del miedo. Los niños lo perciben de los adultos al platicar sobre la inseguridad pública de la que somos objeto al transitar por las calles. Por ello es importante evitar transmitirles a nuestros niños esta situación. Debemos medir nuestras palabras y cuidar los comentarios frente a ellos.

NO al miedo

- Dales completa seguridad emocional. Una sencilla, clara y objetiva explicación puede animarlos poco a poco a enfrentar su inseguridad, a conocer sus capacidades y limitaciones. Con esto obtendrán madurez para enfrentar otras experiencias y superar miedos.
- Hazlos reflexionar sobre lo que es real y probable, lo que es su fantasía e imaginación. No le transmitas tus propios miedos ("no vas a poder", "te vas a caer", "no sabes", etcétera).
- Enséñales "qué hacer", es decir, reglas básicas para el cuidado de su salud y de su integridad.
- Háblales y motívalos a realizar hazañas (propias para su edad), por ejemplo: "sube a la resbaladilla, tú puedes, yo estoy aquí para cuidarte", "ten cuidado, fíjate bien, agárrate fuerte". Concédeles cierta libertad para actuar o jugar (siempre supervisados). Esto les dará seguridad, apoyo y confianza en sí mismos.
- No es bueno dejar que el niño llore y pensar que puede superar solo el miedo. Dejarlo llorar sol[illegible] provocará en el pequeño u[illegible] timiento [illegible]ndono y de insegu[illegible]

* Educadora, Escritora y Coordinadora de Teatro Infantil.
Correo electrónico: luceromartin_65@hotmail.com

Infórmate:
Asociación Mexicana de Psicoterapia Psicoanalítica, A. C.
Tel: 5280 1809.
Asociación Mexicana de Psiquiatría Infantil, A. C. Tel: 5611 9693.

pediatría

Ganar Salud te ofrece temas que le gustarán a toda tu familia...
Llama al 1085 0222 ext. 308 o escríbenos a: suscripciones@ganarsalud.com

Suscríbete a la mejor publicación de salud...

ALERTA al consumidor

Profeco vigila permanentemente prácticas comerciales indebidas y publicidad engañosa; inmoviliza productos peligrosos e impone multas y clausuras a las empresas que atentan contra los derechos de los consumidores. Usted también tiene el poder: el poder de no comprar y de presentar su denuncia. Compartimos así la responsabilidad y el poder, porque todos somos consumidores.

Empresas que engañan
para vender paquetes de servicios turísticos

Profeco ha recibido numerosas quejas de consumidores en contra de algunas empresas intermediarias para la prestación de servicios turísticos, tales como ITC (International Tourism Company, S. A. de C. V.) y Comsed (Comercializadora de Servicios y Desarrollos, S. A. de C. V.).

La mecánica de dichas empresas muchas veces consiste en llamar al domicilio de los consumidores, decirles que han sido elegidos para ganarse un premio y que pasen a recogerlo en ciertas fechas a determinado salón de hotel. En caso de que usted decida acudir, tratarán de venderle un paquete de servicios turísticos mencionando atractivos beneficios.

El problema es que al momento de querer venderles el servicio, los consumidores afirman que dichas compañías les prometen algunos destinos, descuentos o beneficios, que después no quieren cumplir porque no están estipulados en el contrato.

Asimismo, al momento de la venta suelen decir que el cargo por la afiliación se hará a los 12 meses con la tarjeta de crédito del consumidor, sin embargo, en la primera mensualidad hacen el cargo por el total. Además, diversos hoteles y aerolíneas no reconocen tener alguna alianza comercial con las empresas mencionadas.

Por lo anterior, antes de contratar servicios turísticos con esas u otras empresas, tenga en cuenta su presupuesto, revise el contrato, pregunte si tiene dudas y fírmelo sólo si éste recoge las promesas verbales que le hicieron.

Si tiene problemas semejantes con algún proveedor, acuda a la delegación **Profeco** más cercana para aclarar sus dudas o presentar su queja o denuncia.

Autos dañados por huracanes

Luego del paso de los huracanes Wilma y Katrina por territorio estadunidense, y debido a la reciente posibilidad de importar autos usados de Estados Unidos y Canadá, los consumidores mexicanos corren el riesgo de adquirir automóviles estadunidenses considerados *salvage*, es decir, pérdida total. Por ejemplo, la página en internet **www.salvagedirect.com** cuenta con un apartado especial para subastar, entre comerciantes y desmanteladores, los vehículos afectados por los huracanes.

Para evitar problemas, el consumidor nacional puede consultar algunas páginas en internet que por 20 dólares, aproximadamente, proporcionan el registro histórico del vehículo con sólo escribir el Número de Identificación Vehicular (NIV); esas páginas son **www.carfax.com**, **www.autoguide.com** y **www.autocheck.com**. Otra opción es visitar **www.nicb.org**, en la cual, a través de un buscador, se puede averiguar si el auto a comprar estaba dentro de las unidades afectadas por los huracanes.

En la *Revista del Consumidor* de diciembre de 2005, encontrará más información sobre estas páginas y la importación definitiva de vehículos usados de Estados Unidos y Canadá.

Autos Cirrus y Stratus con posible riesgo

De acuerdo con información de la National Highway Traffic Safety Administration (Oficina para la Seguridad del Tráfico Carretero) de Estados Unidos se ha reportado que, en los modelos 1999-2000 de Chrysler Cirrus, Dodge Stratus y Plymouth Breeze, con motores de 2.4 litros, la manguera de alta presión de la dirección hidráulica puede experimentar envejecimiento prematuro debido al calor y podría dejar salir fluido del sistema, con el consiguiente riesgo de incendio en el compartimiento del motor.

Daimler Chrysler de México, S. A., ha anunciado que, aunque este suceso no se ha presentado en México, se cambiará la mencionada manguera en caso necesario. Independientemente de que la empresa notificará por escrito a todos y cada uno de los propietarios para que acudan a recibir el servicio de esta medida preventiva, usted puede obtener más información llamando al 01(55)5081-7568 o al 01-800-505-1300 larga distancia sin costo desde cualquier punto del país, seleccionando la opción número 1 en ambos teléfonos.

Entérese de éstas y otras noticias en

www.profeco.gob.mx

Profeco: 30 años de servicio

El poder de los consumidores

Sin consumo **no hay producción** ni existiría la economía como tal. Así, los ciudadanos somos **el eslabón** más importante de la cadena de consumo. Por esta razón, **Profeco** atiende nuestras inquietudes y necesidades, pues a diario hacemos frente a toda clase de relaciones comerciales. Abrir **espacio** a nuestra **voz** y dar cauce a **nuestra opinión** es uno de los principios básicos para construir en México un movimiento de **consumo inteligente**, adecuado y sólido, en beneficio de todos, porque todos somos consumidores.

Hasta hace algunos años los consumidores éramos vistos como un grupo pasivo que esperaba de la autoridad una vigilancia protectora. Había precios oficiales fijos en la tortilla, la leche, el azúcar, el huevo y otros productos. Nuestra relación con Profeco era de cierta subordinación: "Tú cuida mi economía, tú sí sabes y yo no, ¡enséñame!" Esto dejó de ser congruente con una sociedad y un mercado que han cambiado aceleradamente.

En nuestros días ha crecido la conciencia de que somos los consumidores quienes tenemos el poder para informarnos suficientemente, para comparar y para exigir, para tomar decisiones de acuerdo con nuestras verdaderas necesidades. Hoy Profeco es un fuerte aliado de los consumidores y trabaja junto con nosotros, para que todos resultemos beneficiados.

Ejemplos de esta nueva actitud, del renovado compromiso de Profeco con los consumidores (y de éstos, a su vez, con la sociedad), son las Organizaciones y Asociaciones de Consumidores, el Consejo Consultivo del Consumo (CCC) y el Centro Integral de Servicios, entre otros.

I. Organizaciones y Asociaciones de Consumidores

Foto *La Jornada*

Una de las atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor es educar, orientar y difundir información a los consumidores –de todos los grupos sociales– para que se organicen y consuman inteligentemente. Las delegaciones Profeco del país cuentan con promotores que imparten cursos y talleres para fortalecer una nueva cultura del consumo, en la que cada consumidor sea consciente, conozca y haga valer sus derechos, sea crítico ante la publicidad y administre racionalmente sus recursos; cuide su salud y su alimentación y proteja el medio ambiente.

Este nuevo ciudadano, un consumidor inteligente, es la base de un movimiento de consumidores a nivel nacional.

¿Por qué nos conviene organizarnos?

- Unidos nos hacemos más fuertes para hacer valer nuestros derechos.
- Mediante una organización, podemos resolver más fácilmente nuestros problemas de consumo.
- Respaldadas por la Ley, las organizaciones de consumidores influyen directamente en el mercado, mejorando el comportamiento de los proveedores de bienes y servicios, en beneficio de todos.

¿Qué hacen las organizaciones de consumidores?

- Identifican, analizan y resuelven sus problemas de consumo.
- Obtienen mejores condiciones para ahorrar al hacer compras en común.
- Protegen al medio ambiente cuidando los efectos del consumo.
- Se orientan y capacitan para defender sus derechos.
- Representan a los consumidores ante las autoridades correspondientes.
- Promueven una cultura de consumo racional y sustentable.
- Aprenden, elaboran y aprovechan las Tecnologías Domésticas y los Platillos Sabios Profeco en beneficio de la economía familiar y comunitaria.

Somos muchos, seremos más...

Actualmente, en nuestro país hay más de 1,700 organizaciones de consumidores, con características tan variadas como nuestra diversidad cultural. Como muestra podemos mencionar:

Reclusorio de Santa María Acatitla, Ciudad de México

En este lugar, un grupo de **internos** aprenden a **elaborar** distintos productos con las **Tecnologías Domésticas Profeco**. En sus propias palabras, esto les permite fomentar su reintegración en la sociedad. "Me sirve para **superar** esta experiencia, para no salir maleado... Tengo todos mis apuntes que me servirán luego para poner un **negocio** con mi familia", comenta Gerardo.

Foto *La Jornada*

Grupo "Violetas Chef",

"Trabajar con personas de la **tercera edad** es una experiencia gratificante", comentan los promotores de esta delegación, "son personas con muchas ganas, no se pierden una clase". Además de aprender a elaborar los **Platillos Sabios Profeco**, lo más importante para ellos ha sido conocer sus derechos como consumidores: "Antes mi idea era que yo había comprado un

La Educación para el Consumo

Con el propósito de educar a los consumidores y promover una cultura de consumo inteligente, Profeco imparte talleres y cursos que se desarrollan en seis grandes ejes:

1. **Consumo y consumidores.**
2. **Derechos del consumidor.**
3. **Consumidores organizados.**
4. **Consumo, medios de comunicación y publicidad.**
5. **Consumo, alimentación y salud.**
6. **Consumo y medio ambiente.**

Asociaciones: el compromiso social del consumidor

Independientemente de las organizaciones de consumidores que promueve **Profeco**, varios grupos de la sociedad mexicana (en algunos casos, ya con muchos años de trabajo) han asumido la importancia e **influencia** que como consumidores tienen en las relaciones comerciales del país y en el mercado global. Se trata de las asociaciones de **consumidores**, grupos de personas que, con **objetivos** muy bien definidos, trabajan en distintos aspectos que entraña el consumo (medio ambiente, cultura, educación, agricultura, medicina, entre otros).

En países donde estos movimientos son muy sólidos, los consumidores asociados participan en el desarrollo de normas oficiales y en el diseño de reglamentos y leyes; incluso, son consultados por instituciones públicas extranjeras cuando, por ejemplo, un nuevo artículo pretende entrar al mercado.

En el caso de **México**, la maquinaria de la asociación de consumidores está en marcha y cuenta con **representantes** muy destacados, algunos de los cuales hemos presentado en las páginas de esta revista desde junio de 2005.

Para obtener más **información** sobre las asociaciones de consumidores, llámenos a los teléfonos **5277-5243** y **5273-8693**, o puede contactarnos en **rreglac@profeco.gob.mx** y **asociaciones@profeco.gob.mx**

Querétaro

producto **defectuoso**, que a mí me había tocado o yo tenía la culpa porque lo había usado mal... no me atrevía a preguntar, y menos a reclamar". Uno de los promotores afirma que estas personas "han aprendido a tener **seguridad**, a valerse por sí mismas".

Foto Archivo

Grupo "Vivero San Lorenzo", Yucatán

En la comunidad maya de San Pedro Chimay, un grupo de **15 mujeres** trabajan en el cultivo de cítricos. Fanny y José las asesoran, entre otras cosas, para enfrentar **abusos** en el cobro de la energía eléctrica: "Me llegó el recibo por cinco mil pesos y no puedo pagar", comenta Elda Tuz, "además, nos quieren quitar la luz en el vivero, sin la cual nosotras no podríamos regar nuestras plantitas". Sin embargo, han descubierto que, **organizándose** en un **comité** con sus vecinos, pueden defender sus **derechos** como consumidores. Lula Tuz explica: "Una piensa que por ser pobre o no saber leer o hablar no tienes derechos, pero aquí aprendimos que **deben respetarte**, que tienes derechos, ahora sí no nos da pena preguntar..."

II. El Consejo Consultivo del Consumo (CCC)

En abril de 2005, con el mismo ánimo de reconocer la voz y el poder de los consumidores, se concretó uno de los proyectos más ambiciosos e incluyentes de Profeco: el Consejo Consultivo del Consumo (CCC). Se trata de un grupo de expertos relacionados con la protección al consumidor y reconocidos por su labor de servicio a la sociedad. El CCC significa la construcción de un espacio para que la sociedad mexicana pueda dialogar con Profeco y el resto de las instituciones sobre los grandes problemas relacionados con el consumo. Su principal objetivo es convertirse en portavoz de la sociedad civil, para analizar diversos temas en materia de consumo y proponer acciones públicas en beneficio de los consumidores.

Los miembros del Consejo se reúnen con la intención de promover la participación de la sociedad en el análisis de temas de alto impacto social para proponer y para exigir soluciones ante las autoridades correspondientes.

¿Quiénes integran el

El Consejo Consultivo del Consumo está formado por ciudadanos con trayectoria reconocida en materia de consumo o en los ámbitos económico, social y cultural de México:

- **José Sarukhán Kérmez**, ex rector de la UNAM y ex presidente de la Academia de la Investigación Científica.
- **María Teresa Alfaro de Calvo**, Asociación Mexicana de Voluntarios, A. C. (Amevac)
- **Néstor García Canclini**, escritor, docente e investigador de la UAM.
- **Sergio López Ayllón**, doctor en Derecho y miembro del Sistema Nacional de Investigadores.
- **Óscar Mario Beteta**, comunicador y analista.
- **Rubén Fernández Aceves**, Asociación de Municipios de México, A. C.
- **Luis Fernández Godard**, Desarrollo Rural de Guanajuato, A. C.
- **Marlon Galindo Osuna**, Grupo Hormiga, A. C., Mazatlán, Sinaloa.
- **Alberto Lifshitz Guinzberg**, Academia Nacional de Medicina.
- **Carlos García-Robles**, Red Global de Acción Juvenil-GYAN México, A. C.
- **Francisco Javier Lara Estrada**, Asociación Nacional de Padres de Familia (Anpaf).

El abanico de la equidad

El logotipo del **CCC** está inspirado en el mural *El tianguis de Tlatelolco*, pintado por **Diego Rivera** en el Palacio Nacional en 1945. Se refiere especialmente a la figura del **juez que vigila** el cumplimiento equitativo de los intercambios comerciales, sosteniendo un elegante **abanico de plumas**, símbolo de su autoridad.

CCC?

- **Margot Aguilar Rivero**, Grupo de Estudios Ambientales, A. C. (GEA)
- **Sergio Kopeliovich Efrato**, Red Vértebra, A. C.
- **Laura Mendo Castellanos**, Incontrare, A. C.
- **Humberto Murrieta Neoechea**, Transparencia Mexicana, A. C.
- **José Luis Pérez Bautista**, Federación Nacional de Asociaciones de Padres de Familia (Fenapaf).
- **Mario Ramón Silva Rodríguez**, Colectivo Ecologista de Jalisco, A. C.
- **Fernando L. Reséndiz García**, Instituto Ciudadano de Defensa de los Derechos de Consumidores Usuarios.
- **Laura Sarvide Álvarez Icaza**, Red Puentes.
- **Raúl Trejo Delarbre**, doctor en ciencias sociales, fundador de la revista *Etcétera*.
- **Pedro Adalberto González Hernández**, representante permanente de la Secretaría de Economía.

Además de los anteriores, participan los consejeros invitados permanentes, que son **Carlos García Fernández**, titular de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (Cofemer) y **Alí Haddou Ruiz**, secretario ejecutivo de la Comisión Federal de Competencia (Cofeco). Para conocer más sobre el Consejo Consultivo del Consumo, consulte www.profeco.gob.mx o escriba a consejo@profeco.gob.mx

Día Mundial del Consumidor

El próximo 15 de marzo celebraremos de nuevo el Día Mundial de los Derechos del Consumidor. Será un buen momento para recordar, una vez más, que los consumidores tenemos el poder y que, en México, Profeco nos respalda para hacer valer y respetar nuestros derechos.

Ilustración Mónica Miranda

III. El Centro Integral de Servicios (CIS)

Este servicio es de vital importancia para proteger a los consumidores. A partir del 1 de diciembre de 2005, **Profeco** instaló este centro para mejorar la atención a los proveedores. Aquí se brinda apoyo a todo tipo de empresarios –desde personas físicas con actividad empresarial hasta grandes empresas– para el cumplimiento de sus obligaciones. Tal vez lo anterior no le diga mucho más, así que veamos algunos de los Servicios que ofrece el CIS:

- **Avisos de promoción**. Sin duda, todos en algún momento hemos aprovechado alguna promoción: "Llévese dos por el precio de uno", "15% de descuento, hasta agotar existencias", "rebajas sobre rebajas" y muchas otras. Pues toda empresa que desee hacer promociones debe proporcionar a Profeco información como la siguiente: el bien o servicio que se desea promover, la vigencia y límites de la promoción, su cobertura geográfica, las restricciones al consumidor (cantidad máxima de compra o contratación y, si se trata de sorteos y concursos, el número del permiso otorgado por la Secretaria de Gobernación).
- **Solicitud de análisis, asesoría y capacitación en información comercial**. A la hora de comprar, un consumidor inteligente analiza la información de los productos, pero ¿podemos estar seguros de que eso es todo lo que necesitamos saber? En el CIS se apoya a cualquier fabricante, distribuidor, comerciante o prestador de servicios que esté sujeto al cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas, a revisar que la información comercial de sus etiquetas, garantías, instructivos, manuales o forma de exhibir, cumplan con lo establecido. Así, el consumidor resulta beneficiado.
- **Levantamiento de una medida precautoria**. Cuando **Profeco**, a través de sus verificaciones, detecta algún incumplimiento, aplica las llamadas "medidas precautorias", como la inmovilización de productos o de instrumentos de medición, la prohibición de comercialización, la colocación de sellos de advertencia y/o clausura de forma precautoria. Una vez que se resuelven los problemas, se puede solicitar el levantamiento de la medida. Este trámite se realiza en el CIS, en dónde se comprueba que fueron corregidas las anomalías.
- **Verificación y/o calibración de instrumentos de medición**. Parte importantísima de una relación comercial justa son los instrumentos de medición, que deben ser ajustados cuando menos una vez al año, para que funcionen correctamente. Cuando un vendedor calibra sus instrumentos de medición no sólo asegura que los consumidores reciban la cantidad justa por lo que pagan –litros de a litro, kilos de a kilo– sino que genera confianza y fidelidad hacia sus productos o servicios.

Estos son solamente tres de los ámbitos en los que **Profeco** se mantiene cerca de los consumidores. Iremos presentando otros, igualmente importantes, para que usted conozca cómo aprovechar mejor los servicios que esta institución le ofrece.

Publicidad

Por Walter Jasso Anderson

boca a boca

El comercial lo hace usted

La publicidad tradicional, que utilizan los medios masivos de comunicación para llegar con mensajes que buscan convencernos sobre las bondades de diversos productos y servicios, ya no es la única imperante. Ahora, la mercadotecnia busca que el anuncio también pueda ser emitido por el propio consumidor.

En medio de la sobredosis de información a la que estamos expuestos todos los días, la publicidad convencional debe compartir terreno con métodos alternos, que se acercan a las personas de modo más sutil y creativo. Tal es el caso de la llamada publicidad boca a boca.

En palabras de Pablo Balseiro, especialista uruguayo en planificación estratégica y mercadotecnia, y miembro fundador de la Sociedad Latinoamericana de Estrategia, "el boca a boca es una disciplina que tiene su origen en el estudio de los procesos de decisión de compra de las personas, y varias investigaciones han descubierto que al margen de los sofisticados mecanismos publicitarios, la fuerza más poderosa de convencimiento que existe en el mercado consiste en hacer correr la voz".

A diferencia de otros sistemas de promoción más artificiales, este singular modo de hacer mercadotecnia se sustenta en la dinámica social y en la comunicación espontánea. "No hay nada más convincente que una persona de confianza recomendándonos tal o cual producto", asegura el entrevistado.

Se buscan "anunciantes"

Balseiro comenta que las empresas intentan seducir y premiar a quienes pueden generar y expandir un comentario positivo acerca de una marca. Después, esas personas-referentes se convertirán en los publirrelacionistas del producto."En la medicina es muy común encontrar estos referentes que hablan de los medicamentos. Suelen ser respetados profesionales que saben lo que dicen".

La principal ventaja del boca a boca para las empresas, es la buena relación costo-beneficio. Se realiza publicidad a un precio bajísimo (los principales gastos pueden surgir de la investigación), y los resultados son muy buenos.

Sin embargo, los publicistas deben cuidar el hecho de que la gente primero suele hablar de los aspectos negativos de un producto (en promedio,

quien sufre una mala experiencia la platica a cinco personas más) que de los positivos (en este caso, el promedio es de tres personas, quienes serán receptores directos de un comentario favorable), por lo cual el boca a boca también se puede convertir en un arma de doble filo para las corporaciones que lo utilizan.

Por supuesto, no todos los productos son susceptibles de ser comentados: "A nadie se le ocurriría hablar sobre las ventajas de una tuerca, porque las posibilidades de diferenciación entre marcas son nulas", afirma el también periodista de negocios.

No se trata de un mecanismo publicitario en el que las personas reciban un sueldo por difundir la calidad de la marca. El consumidor-experto tiene que haber probado el producto, verificado su eficacia y, por propia voluntad, dar a conocer su buena disposición hacia el mismo.

A cambio, puede recibir más que dinero, es decir, la "oportunidad" de usar prototipos de futuros productos, o bien, de ser de los primeros en conocer alguna nueva línea comercial.

Comerciales "hasta en la sopa"

La publicidad tradicional ha generado en el espectador una especie de caparazón que repele casi todos los estímulos publicitarios. Pablo Balseiro afirma que sólo tres de cada mil anuncios despiertan, en una ínfima medida, la curiosidad en el consumidor. De allí a provocar la compra, hay un largo trecho. La forma que los publicistas han encontrado para vencer tal resistencia, radica en encontrar un mecanismo de difusión amigable.

La publicidad tradicional ha generado en el espectador una especie de caparazón que repele casi todos los estímulos publicitarios.

Por eso el éxito del boca a boca: los amigos y familiares no venden, sólo recomiendan aquello que han probado y saben que sí es bueno. Este tipo de publicidad cada vez es más importante en las decisiones diarias de la gente. Según un estudio de MediaLab, el departamento de investigación de la agencia internacional de medios Mediaedge:cia de Inglaterra, a la hora de elegir productos más del 75% de los consumidores confía en las recomendaciones de conocidos. Sin duda, es por esto que los publicistas y mercadólogos encuentran muy atractivo tal método de promoción.

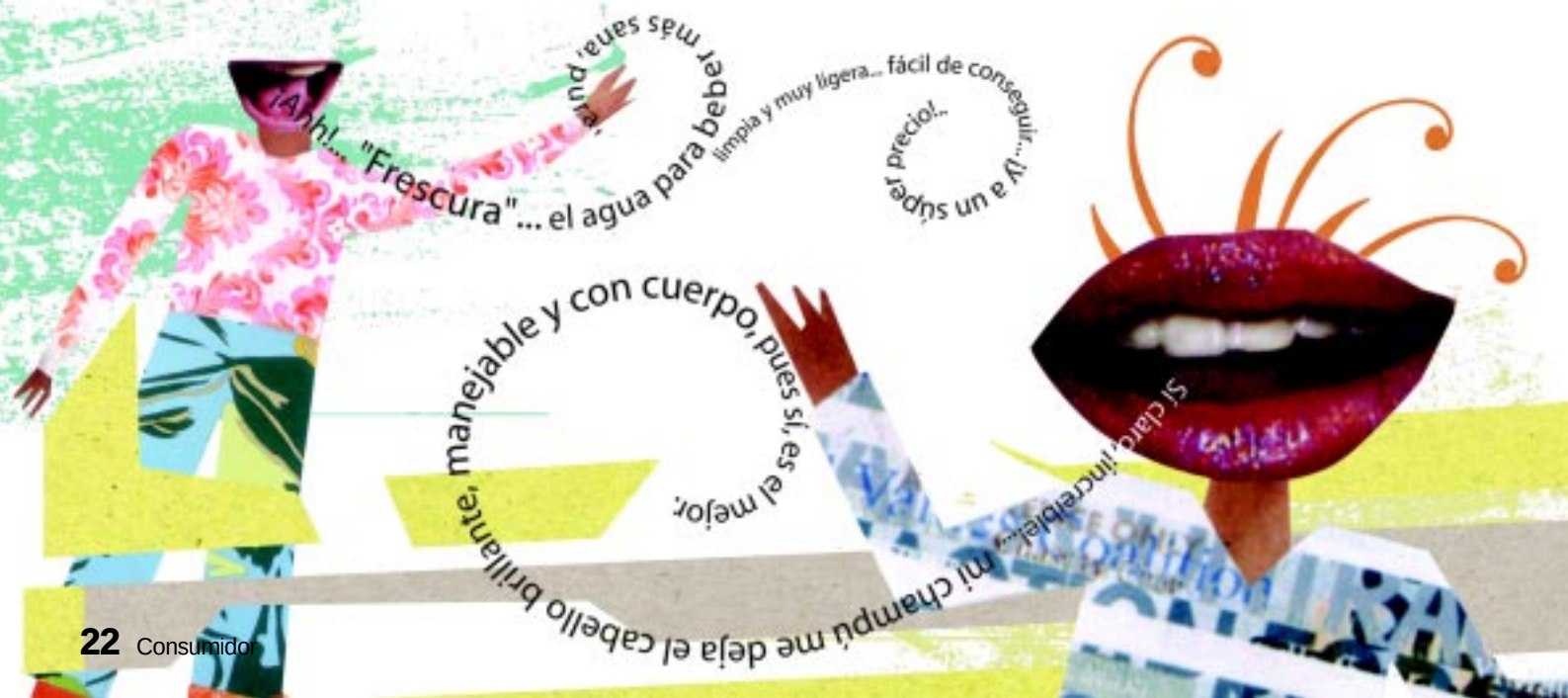
Por otra parte, el boca a boca suele confundirse con las relaciones públicas, en las que determinados ejecutivos de una compañía se encargan de entrar en contacto con personas relevantes; pero mientras esas relaciones son un instrumento generado por la propia empresa, el boca a boca se basa en la comunicación entre consumidores sin que necesariamente tengan un vínculo laboral permanente con el anunciante.

La idea es que la expansión de este sistema se logre mediante el genuino interés de las personas por hablar sobre la calidad de una marca.

Rumorólogos de tiempo completo

Mientras que en América Latina el boca a boca se encuentra en pañales (aunque con una tendencia creciente), en Estados Unidos incluso se ha convertido en un oficio, al que se le denomina "voluntario del rumor": a partir de 2004, este oficio ha cobrado auge debido a que hay empresas como Bzz Agent –con una plantilla de 76 mil voluntarios o "agentes"– que así lo reconocen e instrumentan.

El trabajo consiste en incitar a la gente a hablar de algo y a consumir un pro-



Cuando la publicidad tradicional se tambalea

Quienes defienden el boca a boca sostienen que sus resultados son cuantificables. De acuerdo con la Word of Mouth Marketing Association (Asociación de Mercadotecnia "Boca a Boca") de Estados Unidos, la fuerza de este tipo de publicidad ya ha arrojado éxitos concretos en detrimento de la publicidad tradicional. En septiembre de 2005, ocurrió un acontecimientos notorio:

Delta Airlines y Northwest Airlines se declaran en bancarrota. Se trataba de dos compañías con un presupuesto muy grande para publicidad tradicional, pero con publicidad boca a boca negativa por ofrecer un servicio inferior al de Southwest Airlines, una compañía sana, con un presupuesto de publicidad mucho más bajo, pero con buenos comentarios boca a boca.

A partir de ejemplos como éste, los expertos han llegado a dos conclusiones importantes:

Fuentes www.ads.womma.org/2005/09/proof_strating_.html • www.redorbit.com/news/display/?id=237404&source=r_technoloy • www.money.cnn.com/2005/09/14/news/fortune500/bankruptcy_airlines/

ducto o una marca. La fórmula parece sencilla: el rumor crea la expectativa, y ésta genera el mercado.

Los agentes no reciben dinero en efectivo, sino "premios" por llenar reportes en línea acerca de sus conversaciones con personas cercanas sobre alguna de las marcas que son clientes de Bzz; tales obsequios pueden ser discos, certificados de regalo, artículos deportivos, películas y libros, además de probar ellos mismos el artículo o servicio que promueven.

El 4 de julio de 2004 tuvo lugar en Estados Unidos un caso exitoso en el que se echó a andar el rumor como publicidad. Ese día, 2 mil voluntarios convencieron a colegas, amigos y vecinos de que había que probar una variedad concreta de salchichas. El resultado fue espectacular: un alza de 100% de ventas en lugares específicos.

Marcas como Coca-Cola, Kellog's, Estèe Lauder y Weight Watchers, han utilizado tales servicios. La editorial Penguin también lo ha hecho. Se tiene noticia de un libro (*Frog King,* de Adam Davies; en español, *Rey Rana*) que, gracias a los voluntarios del rumor, agotó varias ediciones en tres meses.

Bzz Agent instruyó a sus "rumorólogos" con citas del libro para que intervinieran en coloquios públicos o, simplemente, para dejarse ver en el autobús leyendo el libro. Así, este tipo de empresas utilizan cualquier actividad cotidiana para divulgar las marcas y productos que les pagan para ello.

Ante tales circunstancias, pareciera que la sociedad está viviendo una época en la que ya no solamente *ve* la publicidad, sino que ahora también *es* la publicidad.

Como consumidores, tenemos la posibilidad de permanecer con los ojos (u oídos) abiertos ante dicho fenómeno para decidir por cuenta propia qué productos nos conviene adquirir más allá de la influencia directa de cualquier tipo de mercadotecnia o, por lo contrario, si preferimos prestar oídos sordos a este tipo de publicidad al momento de hacer nuestras compras.

Ilustraciones Roberto Paz

Fuentes Entrevista con Pablo Balseiro, experto en mercadotecnia y planeación estratégica • "La publicidad boca a boca no debe infravalorarse" en www.marketingdirecto.com • Margarita Rivière, "Voluntarios del rumor", en *El País*, domingo 13 de marzo de 2005, www.elpais.es • www.mecglobal.com • www.bzzagent.com

8 de marzo.
Día internacional de la mujer

Mujeres, un reclamo de igualdad

¿Hombres y mujeres tenemos los mismos derechos? Sí en el discurso, no en la práctica. Las mujeres representan alrededor del 50% de la población mundial y realizan cerca de dos tercios de las horas del trabajo que se lleva a cabo en el mundo; a cambio, reciben la décima parte del ingreso total y poseen menos de la centésima parte de la propiedad mundial.

Por José Armando Aguilar

Foto Archivo

Desde hace ya mucho tiempo, algunos estudiosos del tema han considerado que el feminismo es la revolución social más larga, importante y decisiva de la modernidad. Nada hay que rebatirles cuando nos enteramos que a más de dos siglos de haberse conformado el feminismo como movimiento social propiamente dicho (a partir del estallido de la Revolución Francesa en 1789, donde participaron numerosas mujeres en la toma de la Bastilla), todavía hoy existen severas desigualdades entre hombres y mujeres.

El siglo XIX es quizá la etapa histórica más fructífera en cuanto a los logros del movimiento feminista:"las teorías socialistas le dieron un nuevo impulso a las reivindicaciones femeninas al contemplar las condiciones extremadamente desfavorecidas de la mujer del pueblo y, en particular, de la obrera. La mujer del oprimido es dos veces oprimida", señala Delia Selene de Dios en su libro S*ociología de género.*

Sin embargo, el movimiento llegó tarde a México: el vocablo "feminismo" comenzó a utilizarse hasta los últimos años del siglo XIX. Para principios del siglo XX el término se había vuelto de uso común en los medios culturales de la capital del país.

Foto Archivo

Una pieza clave: la píldora anticonceptiva

En 1966, Juliet Michell publicó el artículo *Las mujeres: las revolución más larga*, en el que se leía: "(Las mujeres) son fundamentales para la condición humana y, sin embargo, en sus funciones económicas, sociales y políticas, están marginadas. Es precisamente esta condición de ser fundamental y estar marginada a la vez la que les ha sido fatal".

La lucha de las mujeres siempre ha estado encaminada a romper los esquemas que limitan su desarrollo como ser humano en los ámbitos mental, espiritual, social, político, educativo, psicológico y sexual (tal vez el elemento más conflictivo de la condición femenina). Sin embargo, existe un espacio, que comenzaron a ganar sobre todo a partir de la década de los setenta, que para las mujeres resulta sustancial, el económico.

A lo largo de nuestra historia, los seres humanos hemos dado muestras palpables de nuestra incapacidad para aceptar las diferencias de los demás sin jerarquizarlas. La relación mujeres y trabajo es uno de los mejores y más terribles ejemplos: por su anatomía (más pequeña y frágil) la mujer parece estar destinada sin remedio a ser el miembro menos útil en la fuerza de trabajo. Desde las primeras etapas de nuestra existencia, la superioridad física del hombre se convirtió en el principal medio para conquistar la naturaleza; en tanto que la función de las mujeres, al verse desprovistas de esta "herramienta", se limitaba a tres aspectos (que hasta hace muy poco fueron alterados): la reproducción, el cuidado del hogar y la crianza de los hijos. Y es que el hombre, al estar muy ocupado en la conquista del mundo, no tenía tiempo para eso.

Por supuesto, son muchos los factores que influyeron para cambiar esa subordinación de la mujer a desempeñar sólo cierto tipo de trabajos. Uno de los detonantes más importantes fue la invención de la píldora anticonceptiva, una innovación de importancia mundial (por citar nuestro ejemplo, la fecundidad en México, hasta la segunda mitad de la década de los setenta, alcanzaba una tasa global de casi 6 hijos por mujer, misma que disminuyó, en forma paulatina, hasta que en 2004 llegó a 2.2 hijos): una vez que la posibilidad de tener un hijo se convirtió en un acto voluntario (o al menos controlable), las mujeres se incorporaron con mayor intensidad a la fuerza laboral, aunque sin abandonar su centro de trabajo ancestral: el hogar.

En el caso de México, fue hasta la década de los setenta que las mujeres pudieron participar en el proceso productivo, tanto en la economía formal como en la informal.

Las crisis económicas recurrentes dieron un nuevo sentido a la incursión de la mujer en la población económicamente activa: elevar el ingreso familiar para la manutención del hogar, lo que significó un cambio en la estructura familiar: las mujeres reclamaban parte de la jefatura familiar, del poder.

La violencia hacia las mujeres

Desafortunadamente en nuestro país todavía pesa mucho la figura del hombre como máxima autoridad en la familia y de la mujer como ente subordinado, combinación detonadora de la violencia.

Estas son algunas estimaciones sobre violencia de género a nivel mundial:

- **Una de cada** cuatro mujeres sufre violencia doméstica.
- **25% de las niñas** son objeto de algún tipo de intromisión en su intimidad durante la niñez.
- **25% de las mujeres** son acosadas sexualmente en el trabajo o en espacios públicos.

En la zona metropolitana de la Ciudad de México encontramos la siguiente información:

- **Por cada 100 receptores de violencia**, 96 son mujeres y cuatro hombres.
- **Uno de cada tres hogares** sufre algún tipo de violencia intrafamiliar.
- **En los hogares con maltrato emocional**, las expresiones más frecuentes son los gritos, el enojo fuerte y los insultos.
- **Los miembros más agresivos de la familia** son el jefe de la familia (49.5%) y la cónyuge (44.1%), mientras que las víctimas más frecuentes en todos los tipos de maltrato fueron las hijas e hijos (44.9%) y la cónyuge (38.9%).
- **En los hogares donde se padecen intimidaciones**, éstas se expresaron en actos como empujones, jaloneos y amenazas verbales.
- **En los hogares con abuso sexual**, éste se tradujo en presión verbal para forzar relaciones sexuales, uso de la fuerza para tener relaciones sexuales y obligar a tener relaciones sexuales cuando otros ven y oyen.
- **Sólo 14 de cada 100 hogares donde existe la violencia** solicitan ayuda (los tipos de apoyo más requeridos fueron el psicológico y el de la iglesia).

Fuente www.inmujeres.gob.mx

25% de las niñas son objeto de algún tipo de intromisión en su intimidad durante la niñez.

Foto Archivo

Día Internacional de la Mujer

En 1977, la Asamblea General de las Naciones Unidas proclamó al 8 de marzo como Día Internacional de la Mujer, fecha simbólica tanto del inicio, en el siglo XIX, de los movimientos de protesta de las trabajadoras de confección de ropa y elaboración de telas en Nueva York, como de la marcha de 1908 en esta misma ciudad, donde más de 15 mil mujeres salieron a las calles para demandar una jornada laboral menor, mejores salarios, derecho al voto y el fin del trabajo infantil.

Fuente INEGI

Mujeres: el pilar (económico) del hogar

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), de 1970 al 2000 (año del último censo de población y vivienda) la cantidad de hogares con jefatura femenina casi se triplicó, al pasar de 1.7 a 4.6 millones. En otras palabras, en la actualidad 21 de cada 100 hogares mexicanos tienen a una mujer como líder familiar.

Patricia Espinosa Torres, presidenta del Instituto Nacional de las Mujeres, comenta: "Se ha demostrado que las mujeres gastan más del 60% de sus salarios en el bienestar de la familia –alimentos, ropa, etcétera–, en tanto que los hombres sólo gastan el 40%".

Hoy en día el poder adquisitivo de las mujeres es tan importante que son el objetivo principal de cualquier agencia de publicidad: casi seis de cada 10 compradores son mujeres, de acuerdo con datos de Asociación Nacional de tiendas de Autoservicio y Departamentales.

Otro ejemplo de la importancia económica de las mujeres en el hogar, es que la población femenina ocupada sumó cerca de 15 millones de personas en 2004, mientras que la masculina alcanzó 27.4 millones, pero con una pequeña diferencia: las estadísticas no consideran un trabajo las labores que realizan las mujeres en su propio hogar. "También se debe tener en cuenta el trabajo doméstico, el que no se paga, toda esa parte que normalmente recae sobre las espaldas de las mujeres: la atención de los hijos, del hogar y, muchas veces, la atención de los adultos mayores", señala Patricia Espinosa.

Al respecto, la edición de mayo del 2003 de la *Revista del Consumidor* publicó un artículo sobre el trabajo del ama de casa. En este ejercicio (que consideró una familia de cuatro miembros –madre, padre y dos niños–) se presentaron una veintena de actividades que realizan las mujeres y sus costos respectivos en caso de que se tuviera que contratar a alguien para que los realizara (desde un bolero hasta una psicóloga, pasando por la niñera y la cocinera). ¿El resultado? De no existir la amas de casa en cada hogar se tendrían que desembolsar alrededor de $30 mil pesos mensuales para cubrir estas labores. Pero tal vez la aportación más importante de ese ejercicio fue traer (recordar) al debate público la importancia del trabajo en el hogar. Tiempo después instituciones como el Inmujeres y el INEGI abordaron el tema.

Aún así todavía es muy común escuchar el diálogo:

—¿A qué te dedicas?

—A nada, a la casa.

"Necesitamos tener en cuenta a esas mujeres que se dedican al hogar y que sí producen, que sí trabajan, pero que ese trabajo por tradición o por poca valoración no se ha contabilizado nunca. Necesitamos esa nueva conceptualización de población económicamente activa", comenta la maestra María de Jesús López Amador, investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM.

Numeralia femenina

De acuerdo con la información censal del año 2000, 51.2% de la población residente en el país son mujeres.

En promedio las mujeres viven cinco años más que los hombres: la esperanza de vida femenina es de 77.6 años, mientras que la de los varones es de 72.7 años.

Siete de cada diez mujeres que viven en pareja, en edad fértil (15-49 años), usan algún método anticonceptivo.

Las mujeres que residen en áreas rurales tienen 3.2 hijos en promedio. En localidades más urbanizadas el promedio disminuye a 2.2 hijos.

Si Adelita se fuera con otro...

"La militancia de las mujeres en la época revolucionaria de 1910 a 1917 se hizo patente de muchas maneras, fueron coronelas, pelearon en las tropas disfrazadas de hombres; colaboraron en la realización de planes y propagandas, fueron correo y enlace, no sólo las enamoradas o las Adelitas seguidoras y combatientes en la vida cotidiana".

Fuente Delia Selene de Dios Vallejo, *Sociología de género*, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Estudios Sociológicos, 2004

Los hombres al fregadero

En la actualidad, los papeles en la familia e incluso la estructura de ésta han cambiado significativamente, aunque todavía existe resistencia, sobre todo por parte de los hombres, a asumir un papel participativo en la crianza de los hijos y en el trabajo doméstico.

De acuerdo con datos de la Encuesta Nacional Sobre el Uso del Tiempo, el promedio de horas a la semana que hombres y mujeres dedican a la limpieza del hogar (considerando que los dos participan en el mercado laboral) es de cuatro horas con 18 minutos y 15 horas, respectivamente. En cuanto al cuidado de los niños los hombres destinan casi ocho horas y las mujeres 12 y media; mientras

que a la hora de cocinar los varones sólo aguantan arriba de cuatro horas, las mujeres lo hacen por 12 horas a la semana. En la única actividad en que los hombres superan a las mujeres es en el de reparación de bienes y/o construcción de la vivienda: tres horas 42 minutos, ellos, y dos horas 24 minutos, ellas.

Para la presidenta de Inmujeres, Patricia Espinosa, "todavía hay un conflicto muy fuerte porque los hombres que aceptan contribuir en los quehaceres domésticos corren el riesgo de que les digan 'mandilones'. La presión externa de la sociedad es muy fuerte".

En opinión de la maestra María de Jesús López, el problema que enfrentan las mujeres para alcanzar una verdadera situación equitativa, no sólo radica en que los hombres se den cuenta de que las actividades de hogar no tienen sexo, sino que se requieren cambios a fondo: "Necesitamos una ley de mercado, una reforma laboral, el compromiso empresarial y políticas públicas, sociales y educativas con más beneficios para las mujeres".

Fuentes Entrevistas con la maestra María de Jesús López Amador, investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM y con la licenciada Patricia Espinosa Torres, presidenta del Instituto Nacional de las Mujeres • Delia Selene de Dios Vallejo, *Sociología de género,* Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Estudios Sociológicos • Margaret Randall (selec. y pról.), *Las mujeres*, Siglo XXI Editores, México, 1970 • Instituto Nacional de Estadística, Geográfica e Informática, INEGI • Encuesta Nacional Sobre el Uso del Tiempo 2002, INEGI/Inmujeres, México, 2005

El voto femenino

"Una de las primeras demandas colectivas al inicio del feminismo fue precisamente el derecho al voto, porque significaba que la mujer podría traspasar el ámbito privado o particular de su hogar para influir en el mundo político o público que se consideraba exclusivo del hombre. De ahí la importancia de la insistencia en esa lucha".

Fuente Delia Selene de Dios Vallejo, *Sociología de género*, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Estudios Sociológicos, 2004

De cada 100 mujeres mayores de 15 años, 11 no cuentan con instrucción, 35 aprueban al menos un grado en primaria, 5 tienen uno o dos años de secundaria, 18 concluyeron la secundaria, 18 registran algún grado aprobado en educación media superior y 13 cuentan con al menos un grado aprobado en educación superior.

Las mujeres mexicanas se casan o unen en promedio a los 19 años.

En México hay 1.8 millones de personas con discapacidad, de las cuales 47.4% son mujeres.

Fuente *Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Mujer 2005*, INEGI

Medias y pantimedias

Aunque la decisión de qué media o pantimedia utilizar depende en gran medida del gusto de quien la usa, de la ocasión, o de su precio, el presente estudio mostró que en general la calidad de las medias es buena. Esperamos que esta información complemente su buen gusto al momento de escoger sus medias o pantimedias entre la gran diversidad de productos que se ofrecen en el mercado.

Foto José Rodríguez

Para analizar estas prendas, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor recurrió a sus técnicas e instrumentos de medición y además se apoyó en un panel de consumidoras experimentadas que para este informe transmitieron sus experiencias después de utilizar las prendas.

Una pregunta recurrente del panel fue sobre la ausencia en el estudio de medias de seda. Estas no se incluyeron debido a que su uso en la manufactura de medias y pantimedias es cada vez menos frecuente, probablemente debido a su alto costo en relación con las fabricadas con base en la fibra sintética poliamida, mejor conocida por su nombre comercial, Nylon®.

Por lo tanto, después de muchas semanas de medir resistencias al desgaste y decoloración, identificar tipos de fibras y discutir sobre temas como ajuste, comodidad, acabados y apariencia, presentamos la información obtenida.

El estudio

Se analizaron 79 medias y pantimedias que corresponden a 29 de las marcas más vendidas en el mercado nacional. Para su evaluación las prendas fueron clasificadas según su denier (vea el recuadro correspondiente). Dado que el denier es una característica que las usuarias definen –o deben definir– antes de adquirir la prenda, las tablas de resultados se separaron en función del denier de la media o de la pantimedia. Por lo general estos productos indican en su empaque el tipo de denier.

Los resultados de las pruebas realizadas se agruparon en los siguientes rubros:

Información al consumidor

La etiqueta de cada producto debía incluir en español la marca, nombre, denominación o razón social y registro federal de contribuyentes del fabricante nacional, comercializador o importador; además de la identificación y contenido de fibras en orden de predominio, talla y país de origen. También debía ofrecer instrucciones de cuidado.

Acabados y apariencia

Se verificó que las medias y pantimedias estuvieran libres de defectos visibles como hilos rotos o enmarañados, nudos, puntos abiertos o cerrados; y que el color, apariencia y textura de la prenda fueran homogéneos.

Ajuste y comodidad

Un panel de consumidoras de diversas características de estatura, peso y complexión, evaluó la sensación de comodidad y ajuste que experimentaron durante y después del uso de las prendas.

Resistencia al abolsamiento

Se recabó la opinión del panel de consumidoras referente a las deformaciones que pudieron aparecer en las prendas durante su uso, principalmente en el área de las rodillas. Ninguna de las prendas presentó problemas.

Resistencia al desgaste

Se determinó el deterioro (rotura, formación de bolitas o cambio de tono) que sufre el material de la prenda con el roce simulado del zapato.

Resistencia a la decoloración

Para determinar este rubro se realizaron dos tipos de pruebas:

a) Solidez del color al lavado. Se mide la pérdida de color que sufre el material de la prenda ante la acción simulada del lavado doméstico; y

b) Solidez del color al sudor ácido y alcalino. Se determina la variación y transferencia de color del material de la prenda bajo la acción del sudor sintético.

Identificación y contenido de fibras

Se determinó el contenido de fibras de cada prenda y se verificó que correspondiera a la información proporcionada en el empaque del producto. Se tomó como referencia el contenido de poliamida dado que es el componente principal de medias y pantimedias. Aunque se encontraron algunas diferencias, en todos los casos éstas fueron demasiado pequeñas para ser detectables al tacto o afectar el ajuste y comodidad de la prenda.

Transparencia

Se midió la cantidad de luz que la prenda permite que pase por ella. Esta prueba es un indicador de la fidelidad con que la media deja ver el color de la piel de la usuaria. El resultado se ofrece sólo como información y no afectó la evaluación de la calidad de las prendas.

Precio

Las tablas de resultados incluyen información sobre el precio al cual se adquirieron las prendas, aunque éste no se tuvo en cuenta al evaluar su calidad. Sin embargo, tenga en cuenta que al respecto puede haber variaciones importantes de tienda en tienda.

Ficha técnica

Periodo de muestreo: 11 de noviembre a 28 de diciembre de 2005
Periodo de análisis: 11 de noviembre a 26 de diciembre de 2005
Marcas/productos analizados: 29/79
Pruebas realizadas: 1,185

Normatividad

NOM-004-SCFI-1994. Información comercial. Etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios.
NMX-A-244-1993. Pantimedias. Referencias para la designación de tallas.
Normas Mexicanas serie "A", aplicables al producto.
Metodología interna del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Recomendaciones de uso

- Colocarse las medias y/o pantimedias correctamente es la mejor manera de prolongar su vida útil y proporcionar un mejor ajuste. Una media mal colocada y/o mal ajustada tiene menor flexibilidad y mayor desgaste.

- Si su talla está en el límite de lo que el producto recomienda para su peso y estatura, es preferible adquirir la talla siguiente para que tenga mejor ajuste y duración.

- Las pantimedias con control pueden ser una opción para reemplazar las fajas, y son menos notorias que éstas.

- Para lavar las medias, siga las instrucciones de cuidado que se presentan en el empaque del producto. También puede colocarlas en un frasco con capacidad de un litro y llenarlo con agua hasta un tercio de su volumen; añada dos cucharadas de jabón líquido neutro e introduzca las pantimedias; tápelo y agítelo unos tres minutos. Finalmente, enjuáguelas y colóquelas sobre una toalla a la sombra para que se sequen.

- Si usa lavadora, coloque las prendas dentro de una funda de almohada, en el ciclo suave y con jabón de ropa delicada. No use secadora.

Fotos José Rodríguez

Pantimedias denier 8, 10 y 15

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Golden Lady / Dynamic 15 / Denier 15 / Italia	E	$104	Completa	E	E	E	E	Media	Pantimedia con panty transparente, encaje y punta desnuda. Denier 15.
Omsa / Stay 15 Art.135 / Italia	E	$198	Completa	E	E	E	E	Alta	Pantimendia con panty transparente, suela antideslizante y puente de algodón. Denier 15.
Golden Deluxe / 11223 Lycra / México	E	$60	Completa	E	E	E	E	Baja	Pantimedia súper talla con puente de algodón y punta reforzada e invisible. Denier 15.
Omsa / Velour 15 Art. 204 / Italia	E	$154	Completa	MB	E	E	E	Baja	Pantimedia con panty transparente. Denier 15.
Filodoro Classic / Absolute Summer / Italia	E	$149	Instrucciones de secado incompletas	MB	E	E	E	Alta	Pantimedia con punta desnuda. Denier 8.
Oroblu / Geo 8 (2041) / Italia	E	$189	El contenido de poliamida es 7% mayor al indicado	MB	E	E	E	Alta	Pantimendia con puente de algodón y punta invisible. Denier 8.
Omsa / Super 15 Art. 089 / Italia	E	$82	El contenido de poliamida es 6% menor al indicado	MB	E	E	E	Baja	Pantimedia. Denier 15.
Omsa / Super 15 / Italia	MB	$82	Completa	MB	E	E	MB	Media	Pantimedia con panty tranparente. Denier 15.
Golden Intimates / 11320 / México	MB	$15	Completa	MB	E	MB	E	Baja	Pantimedia con puente de algodón, punta semirreforzada y soporte medio. Denier 15.
Sisi / Style 8 Art.142 / Italia	MB	$139	El contenido de poliamida es 5% menor al indicado	MB	MB	E	E	Media	Pantimendia con panty muy transparente, bordado y puente de algodón. Denier 8.
Filodoro Classic / Línea Chic / Italia	MB	$225	Instrucciones de secado incompletas	MB	MB	E	E	Baja	Pantimedia con raya posterior en toda la pierna, tono sobre tono y puente de algodón. Denier 15.
Sisi / Style 15 Art. 45 / Italia	MB	$114	El contenido de poliamida es 5% menor al indicado	MB	MB	E	E	Baja	Pantimedia con panty bordada y punta desnuda. Denier 15.
Philippe Matignon / Divine Resisting / Italia	MB	$165	Instrucciones de secado incompletas	B	E	E	E	Media	Pantimedia con puente de algodón y costura plana. Transparente. Denier 15.
Oroblu / Intrigo (476) / Italia	MB	$189	Instrucciones de lavado y secado incompletas	B	MB	E	E	Media	Pantimedia con efecto tanga, con costuras planas y cintura suave y elástica que puede posicionarse sobre las caderas. Denier 10.
Panty Dusen / 6000 / España	MB	$79	Instrucciones de lavado y secado incompletas	MB	E	B	E	Alta	Pantimedia con panty arrugado y puente de algodón. Denier 15.
Vicky Form / 968 / México	MB	$53	Completa	MB	E	MB	B	Baja	Pantimedia con faja que aplana el vientre y bandas que realzan glúteos y comprimen cadera y muslos. Denier 15.
Golden Deluxe / 11123 / México	MB	$35	Completa	B	B	E	E	Baja	Pantimedia súper talla *stretch*, ajuste medio, y punta reforzada. Denier 15.
Dorian Grey / Daling / México	MB	$24	El contenido de poliamida es 3% menor al indicado	B	B	MB	E	Alta	Pantimedia con punta reforzada y puente de algodón. Denier 15.
Hanes Her Way / Ultra Sheer 2315 / México	MB	$59	Instrucciones de secado incompletas	B	B	E	MB	Baja	Pantimedia con punta semirreforzada y puente de algodón. Denier 15.

E = Excelente | **MB** = Muy bien | **B** = Bien | **R** = Regular | **D** = Deficiente

Control de silueta

Pantimedias denier 20

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Philippe Matignon / Tulle / Italia	E	$199	Instrucciones de secado incompletas y contenido de poliamida es 7% mayor al indicado	E	E	E	E	Alta	Pantimedia de red muy cerrada con puente de algodón y punta reforzada. Denier 30.
Dorian Grey / Lycra / México	E	$40	Completa	E	E	MB	E	Media	Pantimedia con punta semirreforzada, puente de algodón y ajuste en pierna.
Golden Deluxe / 11215 / México	E	$45	Completa	E	E	E	MB	Media	Pantimedia con puente de algodón y punta reforzada e invisible.
Golden Intimates / 17740 / México	E	$10	Completa	E	E	MB	E	Media	Pantimedia con panel de control abdominal y cadera, punta reforzada y puente de algodón.
Golden Intimates / 11315 / México	E	$15	Completa	E	E	MB	E	Media	Pantimedia con puente de algodón y punta semirreforzada.
Paloma Picasso / Hosiery-Silk / México	E	$109	Completa	E	E	MB	E	Alta	Pantimedia hormada, tacto de seda con punta semirreforzada y puente de algodón.
Foreva / Light / México	E	$45	El contenido de poliamida es 4% mayor a indicado	E	E	MB	E	Alta	Pantimedia hormada con soporte y control en panty, puente de algodón y punta reforzada.
Dorian Grey / Stretch / México	E	$16	El contenido de poliamida es 3% mayor al indicado	E	E	MB	E	Media	Pantimedia con alto soporte en panty y pierna.
Paloma Picasso/ Nude / México	MB	$99	Completa	E	E	MB	MB	Alta	Pantimedia con textura sedosa y soporte ligero, con puente de algodón.
Golden Deluxe / 17221 / México	MB	$115	Completa	E	MB	MB	E	Media	Pantimendia con liguero de encaje a la cintura, con punta invisible y reforzada.
Sutil / Vanizada / México	MB	$16	Completa	MB	E	MB	MB	Alta	Pantimedia vanizada de ajuste medio y soporte ligero.
Dorian Grey / Daling Plus / México	MB	$30	El contenido de poliamida es 4% menor al indicado	MB	MB	MB	E	Media	Pantimedia con suave ajuste en pierna, punta semirreforzada y puente de algodón.
Golden Intimates / 17040 / México	MB	$20	Completa	MB	MB	MB	E	Media	Pantimedia con ajuste medio, puente de algodón y punta semirreforzada.
Seidig / 1100 / México	MB	$99	Instrucciones de lavado incompletas	MB	MB	E	MB	Alta	Pantimedia satinada con puente de algodón y punta reforzada.
Dorian Grey / Desnuda / México	MB	$45	Completa	E	MB	B	E	Alta	Pantimedia desnuda en panty y pierna con puente de algodón.
Dorian Grey / Maxi-Talla / México	MB	$55	Completa	B	MB	E	E	Alta	Pantimedia talla especial con punta semirreforzada y puente de algodón.
Vicky Form / 951 / México	MB	$20	Completa	E	E	MB	B	Alta	Pantimendia con puente de algodón y punta reforzada.
Sisi / Miss 20 Art. 49 / Italia	MB	$86	Completa	B	MB	E	E	Media	Pantimedia con panty tacto sedoso.
Carla Conti / Silk / México	MB	$50	Completa	MB	MB	MB	MB	Media	Pantimedia con tacto de seda, punta semirreforzada y puente de algodón.
Hanes Her Way / Natural Expressions 9320 / México	MB	$30	Instrucciones de secado incompletas	B	E	MB	MB	Alta	Pantimedia con punta semirreforzada y puente de algodón.
Dorian Grey / Figure Up Control / México	MB	$78	El contenido de poliamida es 5% mayor al indicado	MB	E	B	MB	Media	Pantimedia eleva glúteos con control abdominal, moldea la cadera y los muslos.
Hanes Her Way / Sheer to Wais 2870 / México	MB	$30	Completa	B	MB	MB	E	Media	Pantimendia desnuda con puente de algodón y punta transparente.
Hanes Her Way / Essential 7840 / México	MB	$30	Instrucciones de secado incompletas	B	MB	MB	E	Media	Pantimedia con punta semirreforzada y puente de algodón.
Dorian Grey / Ultra-Sheer Vanisada / México	MB	$48	Completa	MB	E	MB	B	Alta	Pantimedia vanisada con punta semirreforzada y puente de algodón.
Cameo / Plus / México	MB	$16	Completa	B	MB	MB	MB	Media	Pantimedia de soporte ligero con punta reforzada.
Golden Deluxe / 11225 / México	B	$33	Completa	MB	MB	MB	R	Media	Pantimedia vanizada con puente de algodón y punta reforzada e invisible.
Lady Sally / F-188/3 / México	B	$13	Completa	MB	MB	MB	R	Alta	Pantimedias con puente de algodón semirreforzada.

Pantimedias denier 20 (*continuación*)

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Expresions Style Vanizada / 824 / México	B	$23	Completa	B	MB	E	R	Alta	Pantimedia vanizada con puente de algodón.
Seidig /197 / México	B	$39	Completa	MB	E	B	R	Baja	Pantimedia de suave control con puente de algodón y punta semirreforzada.

Pantimedias denier 40

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Carla Conti / Collezione Figure Up Control / Méx.	E	$95	Completa	E	E	E	E	Alta	Pantimedia con faja que comprime el vientre y bandas modeladoras en cintura, cadera y muslos.
Golden Lady / Dynamic 40 / Italia	E	$136	Completa	E	E	E	E	Baja	Pantimedia con panty transparente, con encaje y punta desnuda.
Oroblu / Excell Light (5250) / Italia	E	$289	Completa	E	E	E	E	Alta	Pantimedia de malla con faja que comprime el vientre.
Paloma Picasso / Figure Up Control / México	E	$165	Completa	E	E	E	E	Alta	Pantimedia con faja que comprime el vientre y bandas modeladoras en cintura, cadera y muslos.
Omsa / Attiva 40 Art. 269 / Italia	E	$132	Completa	E	E	E	MB	Baja	Pantimedias con soporte medio y puente de algodón.
Spanel Support / 53340 / México	E	$54	Completa	E	E	MB	E	Baja	Pantimedia de soporte y ajuste.
Spanel Siluet Control / 7740 / México	E	$95	Completa	E	E	MB	E	Media	Pantimedia con panel de control abdominal, cadera y muslos, pierna con soporte medio y punta reforzada.
Dafne / 810 / México	E	$75	Completa	E	MB	E	E	Alta	Pantimedia de soporte en pierna y puente de algodón.
Fugaz / Pump Up (330) By Giovanni / México	MB	$60	Completa	E	E	E	B	Media	Pantimedia con bandas elásticas que realzan glúteos, comprimen muslos, caderas y abdomen.
Oroblu / 5000 Shock Up / Italia	MB	$345	Instrucciones de lavado y secado incompletas	MB	E	MB	E	Alta	Pantimedia con panty transparente y puente de algodón, comprime el vientre y realza los glúteos, con bandas que modelan los muslos.
Philippe Matignon / Revitalise 40 / Italia	MB	$219	El contenido de poliamida es 9% mayor al indicado	MB	E	E	MB	Media	Pantimedia con panty de control con canales para moldear y brindar comodidad.
Foreva / Sensación / México	MB	$73	El contenido de poliamida es 6% menor al indicado	MB	E	MB	E	Media	Pantimendia hormada con punta reforzada.
Carla Conti / Collezione Support / México	MB	$95	Completa	MB	E	MB	E	Media	Pantimedia de alto soporte con punta desnuda y puente de algodón.
Oroblu / Repos 40 (0312) / Italia	MB	$189	Instrucciones de lavado y secado incompletas	MB	E	MB	E	Alta	Pantimedia que comprime el vientre, con banda dorsal, aromatizada.
Pertegaz / 845 / México	MB	$89	Instrucciones de lavado y secado incompletas	E	E	MB	B	Media	Pantimedia con puente de algodón y punta semireforzada.
Foreva / Plus / México	MB	$42	Completa	MB	MB	MB	E	Baja	Pantimedia hormada con punta reforzada y puente de algodón.

Pantimedias denier 70

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Active / By Cannon / México	E	$70	El contenido de poliamida es 8% menor al indicado	E	E	MB	E	Bajo	Pantimedia hormada de soporte y ajuste con sobrecostura en panty, puente de algodón y punta reforzada.
Spanel /Siluet Control / México	MB	$95	El contenido de poliamida es 5% menor al indicado	E	E	MB	MB	Alto	Pantimedia con panel de control abdominal,cadera y muslos, pierna con soporte alto y punta reforzada.

Control de silueta

Medias denier 15

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al Consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y Confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Golden Deluxe / 12221 / México	E	$75	Completa	E	E	E	E	Baja	Media con banda de silicón y encaje, puntas reforzadas e invisibles.
Filodoro Classic / Perfida 15 / Italia	MB	$219	Instrucciones de secado incompletas	MB	E	MB	E	Normal	Media con banda de silicon y motivo floral.
Golden Lady / Vanity 15 / Italia	MB	$184	Completa	MB	MB	E	E	Baja	Media con banda de silicón y encaje, puntas reforzadas.
Oroblu / Chic Up (5392) / Italia	MB	$189	Instrucciones de lavado y secado incompletas	MB	E	MB	E	Normal	Media con banda de silicón y encaje.

Medias denier 20

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Omsa / Malizia 20 Art. 247 / Italia	MB	$180	Completa	E	E	E	E	Media	Media con encaje de silicón, punta desnuda. Transparente.
Sutil Unitalla / Vanizada / México	MB	$16	Completa	E	E	E	R	Baja	Minimedia vanizada, punta reforzada. Poco transparente.
Carla Conti / Collezione (con banda de silicón) / México	MB	$119	Completa	MB	E	MB	E	Alta	Media con encaje y banda de silicón, punta semirreforzada suave ajuste. Muy transparente.
Paloma Picasso / Hosiery (con banda) / México	MB	$129	Completa	E	MB	MB	E	Alta	Media hormada, con encaje de silicón, soporte ligero, punta semirreforzada. Muy transparente.
Carla Conti / Silk / México	MB	$45	Completa	B	E	MB	E	Alta	Media con encaje y banda de silicón, punta semireforzada, tacto sedoso. Muy transparente.
Dorian Grey / Con encaje de silicón / México	MB	$37	Completa	B	MB	MB	E	Media	Media con encaje de silicón, punta semirreforzada buen ajuste. Transparente.
Fugaz Medias con silicón By Giovanni (390) / México	B	$34	Completa	B	E	B	R	Alta	Media con banda de encaje con silicón. Muy transparente.

Medias denier 40

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Sisi / Queen 40 Art. 80 / Italia	MB	$194	Completa	MB	MB	E	E	Media	Media con encaje y silicón y puntera invisible.

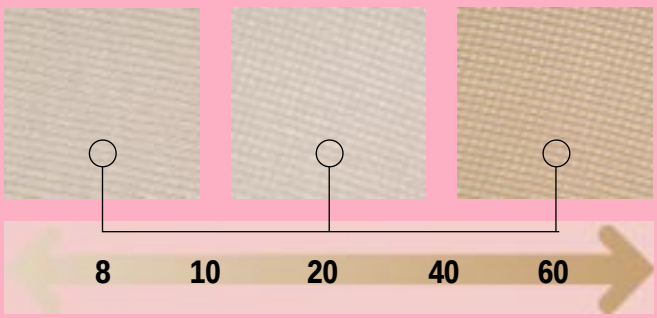
Medias denier 70

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Precio (IVA incluido)	Información al consumidor	Acabados y apariencia	Ajuste y confort	Resistencia a la decoloración	Resistencia al desgaste	Transparencia	Características
Active / By Cannon / México	MB	$60	El contenido de poliamida es 13% menor al indicado	MB	E	MB	E	Media	Media hormada para usarse con liguero, alto soporte, mayor ajuste y punta reforzada.

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien **R** = Regular

El denier

Los fabricantes de medias y pantimedias acostumbran indicar en el empaque el tipo de denier con que se encuentran elaboradas las medias o pantimedias. **El denier es la unidad con la que se mide el grosor del hilo (elastano) con que se fabrica la prenda. Como puede observarse en la figura, a mayor denier mayor ajuste, pero la transparencia disminuye.**



– Ajuste
+ Transparencia

+ Ajuste
– Transparencia

Es importante definir el tipo de denier que satisface sus necesidades o preferencias. Un denier muy grande puede parecer incómodo para consumidoras no acostumbradas a usarlo.

Nuevos tipos de medias y pantimedias

Como muchos productos, las medias y pantimedias se han adaptado a la moda y necesidades de las consumidoras. Estos son los nuevos tipos que ofrece el mercado:

Sin pies o sin dedos
Para usar sandalias, conservando el soporte en el área de muslos, cadera y abdomen.

Suspenders
Son un híbrido entre el liguero y las pantimedias, suben hasta la cintura pero están abiertas al frente (como el liguero), atrás y a los costados del área superior.

Vanizada
Fibra de alto brillo que se elabora con hilos de poliamida y elastano que se unen al momento de iniciar el tejido.

A la cadera
Para llevar con faldas y pantalones a la cadera.

Bikini de encaje
En la parte superior, en lugar de un área reforzada, tienen un bikini de encaje.

Lycra 3D®
Esta nueva fibra elastomérica se ajusta aún mejor al cuerpo y se afirma que genera una sensación más suave que la seda.

Escultoras
Fabricadas bajo procesos especiales que permiten darle un ajuste diferente a cada punto de la pierna, de manera que contornean el cuerpo. Las tallas incluyen medida de tobillo, muslo y cadera.

Tallas grandes y maternidad
Existen tallas diseñadas para embarazadas o mujeres llenitas, disponibles en todas las variedades incluyendo las modernas, de red, sin pies, etc.

Conclusiones y recomendaciones

- **Las tablas de resultados muestran algunas diferencias importantes en características técnicamente medibles como desgaste y decoloración, así como en las evaluadas por el panel de consumidoras.**

- **Algunos productos presentaron fallas en la información que ofrecen al consumidor, como instrucciones de cuidado o porcentaje de fibra con que se elabora la prenda. Sin embargo, ninguna fue lo bastante importante para afectar su evaluación del producto.**

- **Un resultado importante fue que productos que obtuvieron evaluaciones de calidad igual, se ofrecen con precios sustancialmente diferentes. En la infografía se resaltan algunas de las diferencias más significativas.**

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx

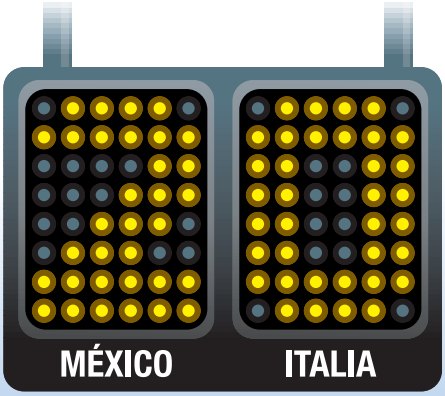
Medias y pantimedias, en resumen

Ahora que la pasión futbolística empieza a caldear los ánimos, la escuadra italiana tuvo un encuentro amistoso con la mexicana para decidir qué país fabrica las mejores medias y pantimedias y cuál ofrece los mejores precios. ¿Resultado? ¡La escuadra mexicana resultó vencedora!

La italiana cuesta tres veces más que la mexicana.

Golden Deluxe / 11223 Lycra
Precio: $60
Calidad: Excelente

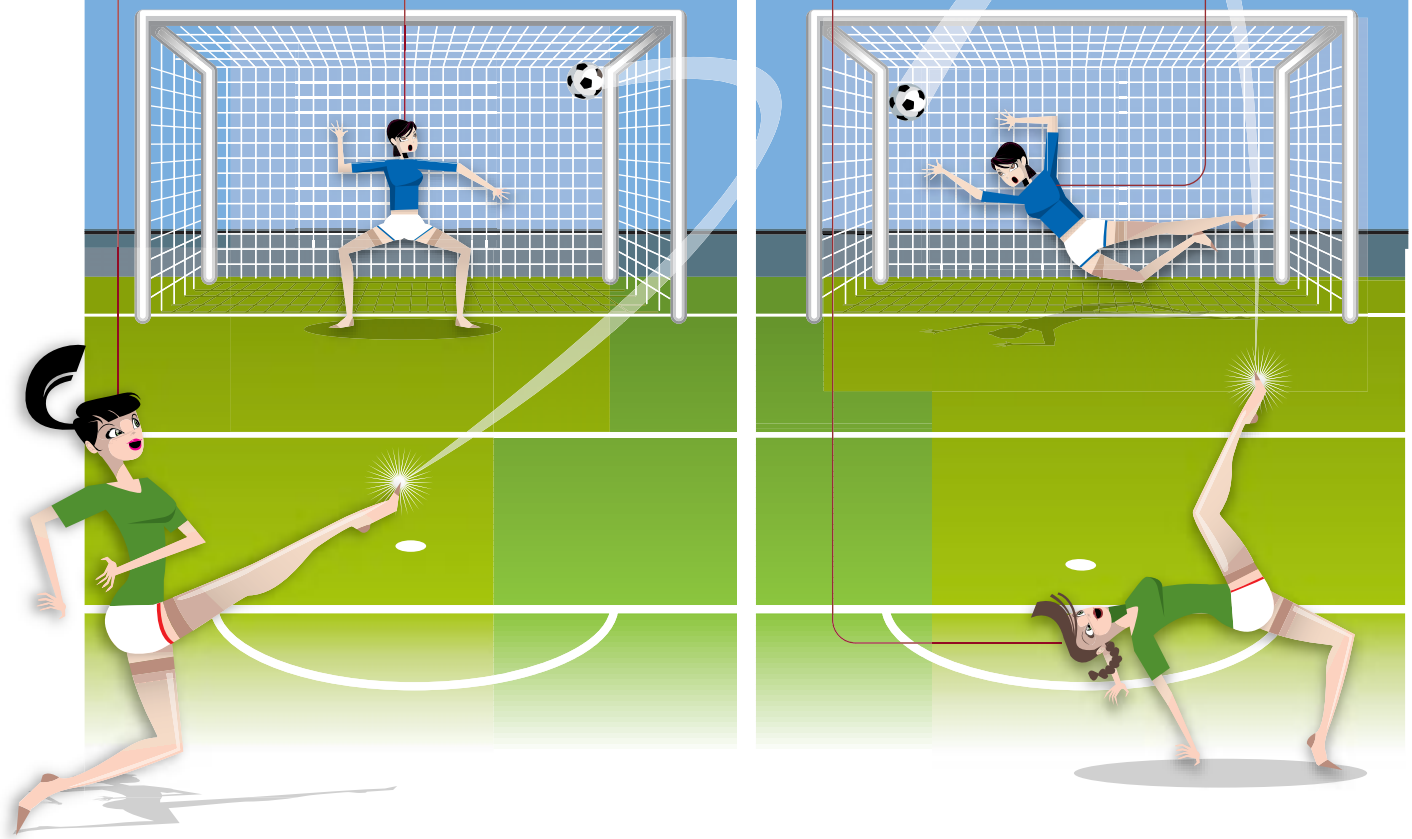
Omsa / Stay 15 Art. 135
Precio: $198
Calidad: Excelente



La italiana es… ¡novecientos por ciento más cara que la mexicana! (Eso sí, la de Italia tiene una raya posterior en toda la pierna.)

Golden Intimates / 11320
Precio: $15
Calidad: Muy buena

Filodoro Classic / Línea Chic
Precio: $225
Calidad: Muy buena



Infografía Oldemar

Normatividad

NOM-024-SCFI-1998. Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
NOM-003-SCFI-1993. Requisitos de seguridad en aparatos electrodomésticos y similares.
NMX-J-521/1-ANCE-1999. Productos eléctricos. Aparatos y equipos de uso doméstico. Seguridad en aparatos electrodomésticos y similares. Parte 1. Requisitos generales.
NMX-J-521/2-23-ANCE-2002. Seguridad de aparatos electrodomésticos y similares. Parte 2-23. Requisitos particulares para aparatos para el cuidado de la piel y el cabello.
NOM-008-SCFI-2002. Sistema General de Unidades de Medida. Sistema (SI) de Unidades.

Ficha técnica

Realización del estudio: 12 de octubre a 20 de noviembre de 2005
Muestreo: 21 de octubre al 8 de noviembre de 2005
Marcas/modelos analizados: 8/37
Pruebas realizadas: 1,665

Foto José Rodríguez

doras de pelo

Para informarle qué secadora de pelo puede convenir a sus necesidades, nuestro Laboratorio rizó algunas cabelleras... o sustitutos de éstas. Así descubrimos que no todas las secadoras tienen un desempeño similar, de hecho, podríamos afirmar que algunas dejan mucho que desear… o mejor dicho, que secar…

La rutina de lavar, secar y estilizar el pelo es por demás familiar para muchas personas. En condiciones normales, si le damos el tiempo suficiente, el cabello se secará por sí solo; sin embargo, la prisa de la vida actual hace necesario recurrir a la secadora para acelerar dicho proceso.

Aunque en principio las secadoras son fáciles y seguras de usar, es importante recordar que el cabello necesita humedad y que la pérdida excesiva de agua por el uso inadecuado o excesivo de la secadora puede ocasionar cabelleras opacas, resecas y maltratadas. Tampoco debe olvidarse que el cabello pierde hidratación por agentes naturales como el viento, el sol o el calor, o por el uso de tenazas, rizadores y otros implementos diseñados para estilizarlo.

Cabe señalar que la fabricación y operación de estos productos debe cumplir con normas de seguridad; al respecto, no todas las secadoras que se ofrecen en el mercado cumplen.

Entre las secadoras de pelo analizadas unas presentaron por lo menos dos posiciones de su control de temperaturas, que están asociadas a la velocidad del flujo de aire emitido. Otro conjunto de secadoras presenta un control de temperatura y uno independiente para el control del flujo de aire (en general, con dos posiciones de selección cada uno), que al combinarse proporcionan al usuario hasta cuatro niveles diferentes de temperatura, más el botón de aire frío.

El estudio

Para el presente estudio el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor analizó 37 modelos de ocho marcas de secadoras de pelo. Para su evaluación se clasificaron en básicas (dos temperaturas) y semiprofesionales (controles independientes de temperatura y flujo de aire). Cada modelo se sometió a nueve pruebas. Para su mejor comprensión los resultados se agrupan en los siguientes rubros.

Versatilidad del control de temperatura

Se examinó que el intervalo de temperaturas que las secadoras ofrecen fuera de utilidad para los usuarios.

Eficacia de secado

Se comparó la eficacia de las secadoras para eliminar el agua excedente en la superficie del cabello. Todos los productos se evaluaron operando al máximo nivel de temperatura y flujo de aire disponible.

Calentamiento, seguridad eléctrica y mecánica

Se verificó que el cable de alimentación fuera del calibre adecuado para garantizar un desempeño seguro aun en condiciones extremas, y que los aislamientos eléctricos no presentaran fallas en condiciones también extremas o accidentales de uso. Se verificó que los productos estuvieran construidos para soportar el uso –con frecuencia rudo– al que se someten. Se verificó que las secadoras no presentaran incrementos excesivos de temperatura en el cuerpo y cable de alimentación.

Acabados

Se revisó visual y manualmente que los productos no presentaran aristas pronunciadas ni bordes filosos o punzocortantes.

Información al consumidor

La etiqueta de cada producto debía incluir información sobre la marca, modelo o forma en que el fabricante o el importador identifique al producto; nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del productor o responsable de la fabricación; país de origen y características eléctricas nominales de alimentación (tensión, corriente, etc). Además debía contener instrucciones de uso y precauciones.

Desviación de potencia

Se cotejó que el consumo de energía de los aparatos no presentara diferencias significativas con respecto a lo indicado en la etiqueta del producto.

Secadoras de pelo básicas

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global	Garantía (años)	Versatilidad del control de temperatura	Eficiencia de secado	Atributos
Timco / TC-1700 / México	E	1	E	E	B(2), F(fijo),G, Ñ(1.85 m)
Vidal Sassoon / VS520MX / Tailandia Tailandia	E	1	E	E	B(2), D, E(tres niveles), F(removible), G, H(1), Ñ(1.77 m)
Elmot Hairline / IonicWelness / Italia	MB	1	B	E	A(1), B(2), D, F(removible), G, Ñ(2.83 m)
Timco / S-ION T / México	MB	1	E	MB	B(2), F(fijo), G, Ñ(1.86 m)
Conair / 145CHBES / Tailandia	MB	1	E	MB	B(2), D, E(1 nivel), F(removible), G, H(1), I, Ñ(2.73 m)
Timco / M-1875 / México	MB	1	E	MB	B(2), F(fijo), G, Ñ(1.91 m)
Timco / ST-ION Técnica / México	B	1	E	B	B(2), G, Ñ(1.86 m)
Revlon / RV499MX / Tailandia	B	1	E	B	B(2), D, F(removible), G, H, N, Ñ(1.88 m)
Vidal Sassoon / VS530MX / Tailandia	B	1	E	B	B(2), F(fijo), G, Ñ(1.78 m)
Conair / 127ES / Costa Rica	B	2	E	B	B(2), D, F(removible), M, N, Ñ(1.74 m)
Conair / 110ES / Costa Rica	B	1	E	B	B(2), F(fijo), N, Ñ(1.79 m)
Conair / 068ES / Costa Rica	B	2	B	MB	B(2), D, F(removible), Ñ(1.81 m)
Conair / 146ES / Tailandia	B	2	B	B	B(2), D, E(1 nivel), F(removible), G, H(1), Ñ(1.71 m)
Conair / 177BES / Tailandia	B	1	B	B	B(2), C, D, F(removible), G, H(1), I, Ñ(1.71 m)
Vidal Sassoon / VS782MX / Tailandia	B	1	B	B	B(2), E(un nivel), F(fijo), G, H(1), M, N, Ñ(1.84 m)
Conair / 130ESR / Costa Rica	B	2	B	B	B(2), D, F(fijo), M, N, Ñ(1.80 m)
Conair / 176ES / Tailandia	B	1	B	B	B(2), D4, F(fijo), G, H(1), I, Ñ(1.74 m)
Conair / 165ES / Costa Rica	B	2	B	B	B(2), F(fijo), Ñ(1.80 m)
Conair / 156ESCT / Tailandia	B	2	E	R	A(2), B(2), F(removible), H(1), I, Ñ(1.74 m)
Conair / 166ES / Tailandia	R	1	B	R	B(2), C, D, F(removible), G, H(1), Ñ(1.71 m)
Conair / 185ES / Tailandia	R	1	B	R	A(1), B(2), F(fijo), Ñ(1.73 m)
La siguiente marca no es aceptable:	**Deficiencias**				
Timco / PRO 2000 / México	El calibre del cable de alimentación representa un riesgo potencial de sobrecalentamiento e incendio.				

E = Excelente | **MB** = Muy bien | **B** = Bien | **R** = Regular | **D** = Deficiente

Atributos

A Intensidad de aire frío (número de intensidades)
B Intensidades de calor (número de intensidades)
C Turbo que incrementa la corriente de aire
D Interruptor de disparo frío
E Interruptor de encendido de emisión iónica (número de niveles)
F Filtro de aire (fijo o removible)
G Gancho para colgarla
H Concentrador (número de boquillas)
I Doble puerto iónico
J Superficie de cerámica en la boca del cañón que distribuye el calor para una profunda radiación del calor
K Peine difusor
L Difusor reversible
M Mango plegable
N Selector de tensión
Ñ Longitud del cable (número de metros)

Secadoras de pelo semiprofesionales

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global	Garantía (años)	Versatilidad del control de temperatura	Eficiencia de secado	Atributos
Babyliss / BAB2800ES / Tailandia	E	2	E	E	A(2), B(4), D, F(removible), G, H(1),J, Ñ(2.63 m)
Conair / 059WES / Cosra Rica	MB	1	E	MB	A(2), B(3), E(1 nivel), F(removible), G, H(1), I, Ñ(1.80 m)
Timco / SL2300 / México	MB	1	E	MB	A(2), B(4), D, F(fijo), G, Ñ(2.80 m)
Solis / Solis-Ion T / México	MB	1	E	MB	A(2), B(4), D, F(removible), G, H(2), Ñ(2.80 m)
Vidal Sassoon / VS781MX / Tailandia	MB	1	B	E	A(2), B(4), D4, E(un nivel), F(removible), G, H(1), Ñ(1.81 m)
Solis / SLT-3500 / México	MB	1	B	E	A(2), B(4), D, F(removible), G, H(2), Ñ(2.78 m)
Vidal Sassoon / VS519 / China	MB	1	B	E	A(1), B(3), D, E(3 niveles), F(removible), G, H(1), Ñ(1.78 m)
Revlon / RV484MX / Tailandia	MB	1	B	E	A(2), B(3), D, E(un nivel), F(removible), G, H(1), Ñ(1.87 m)
Conair / 097ES / Costa Rica	MB	2	B	MB	A(2), B(3), D, F(removible), G, H(1), L, Ñ(1.76 m)
Timco / SP 1600 / México	MB	1	B	M B	A(2), B(3), F(fijo), G, H(1), K, Ñ(2.79 m)
Timco / SM 1800 / México	MB	1	B	M B	A(2), B(4), D, F(removible), G, H(1), Ñ(2.69 m)
Conair / 178ES / Tailandia	B	1	E	B	A(2), B(4), C, D, E(1 nivel), F(removible), G, H(1), I, Ñ(1.72 m)
Conair /172ES / Tailandia	B	1	R	B	B(3), C, D, F(removible), G, H(1), J, Ñ(1.76 m)
Timco / PS 1500 / México	B	1	R	B	A(2), B(3), F(fijo), G, Ñ(1.85 m)
Philips / HP4864 / Bulgaria	D	1	R	D	B(3), D, F(fijo), G, H(1), K, Ñ(1.67 m)

E = Excelente | **MB** = Muy bien | **B** = Bien | **R** = Regular | **D** = Deficiente

Atributos

A Intensidad de aire frío (número de intensidades)
B Intensidades de calor (número de intensidades)
C Turbo que incrementa la corriente de aire
D Interruptor de disparo frío
E Interruptor de encendido de emisión iónica (número de niveles)
F Filtro de aire (fijo o removible)
G Gancho para colgarla
H Concentrador (número de boquillas)
I Doble puerto iónico
J Superficie de cerámica en la boca del cañón que distribuye el calor para una profunda radiación del calor
K Peine difusor
L Difusor reversible
M Mango plegable
N Selector de tensión
Ñ Longitud del cable (número de metros)

Recomendaciones de compra

Las secadoras con filtros de entrada de aire removibles permiten un mejor mantenimiento.

Es importante que la secadora cuente con un cable de alimentación suficientemente largo para uso cotidiano, ya que, por ser equipos de alto consumo de energía, no se recomienda usar extensiones para conectarlos.

Las secadoras con intervalo amplio de temperaturas ofrecen un uso más versátil. Esto puede ser importante si además de secar también desea estilizar su cabello.

Si su cabellera no es muy prominente y le gusta darle forma y volumen, prefiera los productos que incluyen un difusor con dedos suaves (cepillo con cerdas de hule muy suaves) que le ayude a distribuir uniformemente el aire, evitando sobrecalentar el pelo.

Recomendaciones de uso

- Usar calor para secar y darle forma al cabello no suele ser nocivo si se hace con moderación.
- No exponga su cabello a periodos prolongados de calor, sobre todo cuando utilice altas temperaturas de forma directa para secarlo o estilizarlo.
- Es recomendable dirigir el aire caliente de la secadora hacia el cabello a una distancia aproximada de 20 centímetros.
- Evite sobrecalentar las puntas del cabello, ya que son las partes más vulnerables a la resequedad.
- Si su pelo es rizado, utilice un difusor cuando lo seque, esto evita sobrecalentar su cabello y proporciona una mayor definición de los rizos.
- Durante el secado o estilizado evite tirar demasiado fuerte del cabello, ya que esto puede dañar los folículos pilosos.
- No es recomendable dirigir las secadoras de pelo (u otras fuentes de aire) directamente hacia los ojos.
- Con el uso continuo, la secadoras suelen acumular cabellos, polvo y suciedad sobre sus filtros y rejillas (de entrada y salida de aire), lo cual en ocasiones provoca que huela a quemado. Es recomendable limpiar frecuentemente estas áreas con un cepillito o brocha de cerdas finas bajo la acción de una aspiradora.
- No es conveniente para el pelo muy corto utilizar difusores, a menos que el difusor tengan dedos suaves que permitan su uso sin maltratar el cuero cabelludo. Todas las opciones que brinda el difusor deben utilizar preferentemente el nivel de calor bajo, a menos que las instrucciones indiquen algo diferente.

Las peores secadoras...

- El modelo Timco PRO 2000 fue considerado no aceptable debido a que el calibre del cable de alimentación eléctrica es considerablemente menor a lo establecido en la normatividad, por lo que representa un riesgo potencial a la seguridad del usuario. Además, presentó rebabas en la cavidad del botón de aire frío.
- El modelo de Philips HP4864 resaltó por su deficiente desempeño al secar el pelo.
- No obstante que los modelos Philips HP4864, Elmot Hairline Ionicwellness, así como los cuatro modelos Conair 165S, 068ES, 176ES y 185ES ofrecen varias temperaturas de operación, las diferencias entre éstas no son apreciables, por lo que calificaron bajo en la prueba de versatilidad.
- El modelo Timco SM1800 consume 11.6% más energía de lo que declara en la etiqueta.

Foto José Rodríguez

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx

Qué hay detrás de

¿Quién da más?

Subastas en internet

Foto Archivo

Los sitios de subastas en internet se han convertido en una poderosa herramienta para el comercio al menudeo. Se puede comprar y vender prácticamente de todo, desde un par de calcetines hasta una casa. Y aunque tiene sus ventajas, antes de concretar alguna transacción u ofertar en una subasta hay que saber cómo funcionan y tener presentes algunos tips de seguridad para evitar fraudes.

Por Sergio Lagarde Moguel

Lalo Albarrán es un chico del Distrito Federal, tiene 18 años y un celular que ya no usa; Juan Carlos Rico, de Los Mochis, Sinaloa, quiere vender un par de cámaras digitales, y Miguel Ángel Rivera es un estudiante del Tec Estado de México cuyo teléfono móvil acaba de descomponerse. Es martes y Lalo entra al sitio de subastas y remates www.deremate.com.mx e introduce su nombre y contraseña. De inmediato teclea en el buscador del sitio lo que necesita "cámara fotográfica Nikon 7900", y encuentra una oferta publicada por Juan Carlos, quien ofrece ese producto a buen precio; pero antes de entrar a la subasta, Lalo debe reunir 5 mil pesos.

Ese mismo día Lalo Albarrán anuncia la venta de su celular viejo y en sólo unas horas, el aparato es comprado por Miguel Ángel Rivera; Lalo tiene ya el dinero completo, oferta por la cámara de Juan Carlos y en 48 horas gana la puja; luego se pone en contacto con el vendedor y el domingo siguiente recibe su nueva cámara por paquetería.

Se trata de una operación de compra-venta entre particulares mediante un sitio de subastas, modalidad de comercio electrónico que en 2005 movió mercancías con valor de mil millones de pesos (sólo en México) y de acuerdo con números de la Asociación Mexicana de Internet (Amipci), crecerá para este 2006 a un ritmo de 100%. Negocio redondo, diría quien sabe de refranes. Pero, ¿qué hay detrás de las subastas en internet? ¿Es una manera segura de comprar? ¿Qué probabilidad hay de ser defraudado y qué hay que hacer ante ello? Esto es lo que averiguamos.

A la una... a las dos y a las...

Ya sabiendo cuánto mide el mercado de las subastas en la red, el segundo paso es entender el funcionamiento de esta modalidad de comercio.

Existen dos sitios en internet que concentran el 100% de la actividad de subastas y remates en México, el más visitado es MercadoLibre.com, el cual aglutina el 80 por ciento del mercado, y en segundo lugar, DeRemate.com, que opera el 20% restante.

Estos dos portales electrónicos operan mediante un esquema aparentemente sencillo: las subastas y remates se llevan a cabo en un lugar virtual, que es la página de internet, espacio rentado por una empresa operadora. Allí compradores y vendedores se reúnen para comerciar entre sí, algo parecido a un tianguis en donde particulares venden y compran a otros particulares o a pequeños proveedores. En este caso, el sitio de internet (DeRemate.com o MercadoLibre.com) sólo se limita a rentar el espacio y no interviene en las transacciones, salvo en ciertas ocasiones, como en el caso del "pago seguro" o de la subasta con precio de reserva (vea más adelante).

Para vender

Si una persona quiere vender cualquier artículo, primero debe ingresar a una de estas páginas y registrarse como usuario, para lo cual hay que llenar un formulario con datos como dirección, teléfono, RFC y correo electrónico, ello con la finalidad de que el portal procese la información y decida si otorga el registro en un plazo no mayor a 24 horas. La inscripción es gratuita. Para muchos usuarios esto resulta engorroso, pero de acuerdo con los administradores de los sitios, es muy importante cerciorarse de que la información de los miembros de la comunidad sea verídica para hacer más seguras las transacciones.

Luego de la inscripción, la persona tendrá que elegir un nombre de usuario, apodo o sobrenombre, por ejemplo *consumidor_inteligente*, así será identificado en todas sus transacciones. A partir de este punto, siendo miembro ya de la comunidad se puede vender y ofertar por los productos que se anuncian.

El mecanismo de publicación de productos también es sencillo. Por ejemplo, si se quiere vender una bicicleta vieja, primero hay que escoger la categoría correspondiente, que en

Foto Archivo

Recomendaciones básicas

- ✓ Sospeche de precios extremadamente bajos. Suelen ser "ganchos" para engañar.
- ✓ Tenga cuidado con usuarios que no respondan claramente sus dudas.
- ✓ Antes de realizar cualquier pago, póngase en contacto vía telefónica con su vendedor para comprobar que el teléfono que proporcionó es real.
- ✓ Revise la reputación de las personas a quienes compra y vende; en caso de tratarse de usuarios con pocos puntos o calificaciones negativas, póngase en contacto con el sitio de internet para recibir más información de dicho usuario.

Existen dos sitios en internet que concentran el 100% de la actividad de subastas y remates en México.

este caso sería la sección de deportes y la subsección de bicicletas. Luego aparecerá un formulario que debe llenarse para describir las características del producto como el color, el modelo, si es nuevo o usado y si tiene garantía. A continuación se abrirá la opción de incluir fotografías; allí se pueden subir hasta seis imágenes que se pueden tomar con una cámara digital o escanear algunas que ya se tengan en papel.

Luego se nos preguntará sobre el modo de pago que aceptaremos (depósito bancario, pago contra entrega u otra) y los detalles sobre cómo se hará el envío y a cargo de quién correrá, si de parte del comprador o del vendedor.

El siguiente paso es escoger el sistema bajo el que operará la venta de la bicicleta, ya sea por subasta o por precio fijo. Luego el vendedor debe revisar los datos de su oferta y dar clic en el botón“publicar”, para que automáticamente ésta quede registrada y se comiencen a recibir ofertas de los compradores.

Artículos prohibidos

En estos sitios de internet se puede vender prácticamente de todo. Pero cosas que no se deben anunciar son todo lo que tenga que ver con piratería (libros, discos, ropa, etc.), artículos que fomenten la violencia, armas y droga, entre otras.

Para conocer más detalles, tanto en DeRemate.com como en Mercado Libre.com hay una liga que lleva a la política de“artículos prohibidos”. De detectarse algún producto que intente anunciarse sin cumplir esta norma se da de baja de internet en un plazo menor a 24 horas y el vendedor es amonestado.

Tratándose de personas que intenten vender piratería, armas o drogas, los sitios de internet dan de baja definitiva al usuario infractor y dan aviso inmediato a las autoridades correspondientes. Hay que recordar que la compra o venta de piratería, drogas o armas constituye un delito de orden federal.

Para comprar

Si nuestra idea es comprar, también debemos estar inscritos en la comunidad de subastas y remates. Ya siendo miembro, lo primero que debemos hacer es ir al buscador del sitio y teclear lo que se quiere encontrar, por ejemplo“TV a color”, y al instante aparecerán en la pantalla decenas de opciones desplegadas de productos con descripción similar. En este punto es muy importante visitar todos los ítems disponibles para comparar precios y características.

- ✓ **Recuerde, la compra o venta de piratería (discos, libros, ropa, etc.) constituye un delito de orden federal. Pregunte bien a su vendedor acerca de la autenticidad de lo que está comprando.**
- ✓ **Antes de comprar, cerciórese de que los instructivos del producto estén en español.**
- ✓ **Para liquidar su compra, el método más seguro es el “pago seguro”, servicio gratuito para el comprador que garantiza la seguridad en su compra (servicio sólo disponible en MercadoLibre.com).**
- ✓ **Antes de comprar cualquier artículo, pida al vendedor que le dé detalles acerca de la garantía y verifique que ésta pueda hacerse efectiva en México.**
- ✓ **Denuncie si ve un producto ilegal o sospechoso, use las herramientas de información del mismo sitio o las líneas de denuncia de las autoridades.**

Fuente Policía Cibernética • MercadoLibre.com • Asociación Mexicana de Internet (Amipci)

Foto Archivo

No se debe anunciar todo lo que tenga que ver con piratería (libros, discos, ropa, etcétera), artículos que fomenten la violencia, armas y drogas, entre otras cosas...

Al encontrar un producto que le convenga es aconsejable preguntar a los vendedores por vía electrónica (hay un botón especial que dice"hacer preguntas al vendedor") las dudas, si es nuevo o usado, si tiene garantía, si fue hecho en México y especificaciones técnicas (tipo de corriente, formato compatible en México, etc).

Si se trata de una subasta normal el comprador hace una oferta nueva por lo menos un peso más arriba de la oferta ya existente. Si el producto tiene la leyenda "precio fijo" o "compra inmediata", no hay opción de puja y se deberá pagar la cantidad marcada, ni un peso más, ni un peso menos. Aquí cabe el regateo, se puede escribir al vendedor para ofrecerle una determinada cantidad y negociar.

Cuando se gana una subasta o se concreta una oferta por un producto, el sitio de internet mandará un correo electrónico al comprador notificando que tiene 21 días para contactar al vendedor y pagar el producto en la modalidad elegida. Para ello el portal envía los datos personales de ambos negociantes, para que puedan entrar en contacto.

Se recomienda que el producto a comprar esté ubicado dentro del mismo estado en donde vivimos, de esta forma hay opción de que la transacción se concrete físicamente para verificar que el producto y el vendedor existan, que no se trate de una operación fraudulenta y que, en caso de defecto en el producto, haya oportunidad de procesar la garantía de una manera más directa.

Generalmente los precios de los productos anunciados son menores a los de las tiendas establecidas físicamente, pues en el caso de los sitios de subastas y remates la mayoría de los vendedores no son profesionales y venden cosas seminuevas a precios de remate. Y aunque llega a haber vendedores que sí se dedican a comerciar periódicamente por esta vía, estos pequeños empresarios no pagan locales en un tianguis, ni empleados ni transporte, por lo que pueden ofrecer mejores ofertas. Ese es uno de los mayores atractivos de comprar en sitios de subastas y remates en internet.

Los envíos

Por lo regular los envíos de paquetes a toda la República, con peso menor de un kilogramo tienen un costo menor a los 100 pesos, dependiendo de la compañía. Así, el envío de una caja con cinco historietas, de la ciudad de México hacia Culiacán, Sinaloa, vía la empresa Mexpost, del Servicio Postal Mexicano, cuesta 65 pesos, mientras que el mismo envío por la empresa Estafeta cuesta 99 pesos.

Antes de comprar, es muy importante tener claro cuánto cuesta exactamente el envío y cotizarlo con varias compañías de mensajería, porque puede ocurrir que el envío sea más caro que el mismo producto.

Tipos de subastas

Subasta convencional. Es la subasta normal, en la cual el vendedor publica su producto con un **precio inicial**; la oferta más alta en diez días es la que gana.

Consejo. Si usted es el vendedor en una subasta normal, no es aconsejable poner un precio de apertura demasiado alto. Suele ocurrir que, cuando un artículo valioso es puesto a subasta desde un peso por encima del precio fijado, los interesados tienden a acumularse rápidamente, elevando el precio real del artículo hasta en tres veces.

Subasta con precio de reserva. Es el segundo tipo más frecuente. Aquí, los artículos sacados a remate tienen un **precio mínimo** fijado por el vendedor, por debajo del cual no venderá el artículo.

Buena reputación

Dentro del funcionamiento de estos sitios se ha establecido un sistema llamado "reputación", que es una especie de historial de calificaciones buenas y malas que se van asignando entre sí los miembros de la comunidad con quien se hace negocio. De esta forma se va creando un perfil que indica la honestidad con la que se ha manejado tal o cual comprador o vendedor durante transacciones anteriores.

Con símbolos como estrellitas o medallitas, se indica el puntaje. Es muy importante que a la hora de pensar comprar o vender en estos sitios se consulte la reputación y los comentarios que se han hecho sobre la persona con quien se va a hacer trato. Generalmente este índice de reputación aparece junto al apodo del usuario. Si este indicador es bajo (de cero o con varios puntos negativos) es mejor no hacer negocio y buscar a quien sí tenga buen puntaje en este rubro.

Cuánto cuesta

Regularmente los sitios de subastas cobran entre 5 y 7% de comisión sobre el valor de los artículos por su venta, pero sólo al vendedor (en ninguno de los dos sitios de remates se paga comisión por comprar).

En otras palabras, si vendemos la colección de éxitos de Rigo Tovar en mil pesos, tendremos que pagar entre cincuenta y setenta pesos al sitio de internet, el cual emitirá un estado de cuenta quincenal de las operaciones del usuario, mismo que le indicará al vendedor cuánto debe por este concepto. Por lo regular se paga como un recibo telefónico.

Ahora bien, por anunciar un producto durante diez días en el sitio MercadoLibre.com se cobra de 8 a 20 pesos, mientras que en el portal DeRemate.com la publicación es gratis. Hay socios que pagan costos extra porque el administrador ponga colores diferentes a la oferta y la coloque como anuncio destacado, como decía el comercial "pa' que resalte". Los costos de los destacados varían entre 5 y 50 pesos por tipo, color o diseño en cada producto.

Cómo pagar

Hay distintas formas de pago. La primera, y más usada, es el depósito bancario que se hace a una cuenta que proporciona el vendedor, quien exigirá que luego el comprador le envíe la ficha de depósito vía fax o por internet, para enviar el producto.

Muchas veces este es el paso que más atemoriza al consumidor, pues puede darse el caso de que se efectúe el depósito y el artículo jamás sea enviado. Para resolver este problema los dos portales de subastas y remates que operan en México disponen de un mecanismo de protección al comprador, llamado genéricamente "pago seguro", el cual funciona como se explica a continuación.

Pago seguro

Si el comprador elige hacer su pago mediante esta modalidad es necesario liquidar el producto con tarjeta de crédito o débito (en operación por teléfono o internet); este pago no se hará al vendedor directamente, se hará a un tercero, en este caso el sitio de internet, el cual retendrá el dinero hasta que el comprador reciba el producto y declare que está satisfecho con él. Este sistema da tiempo a que el con-

Fotoarte Pipo

Consejo. El precio de reserva suele no estar indicado en el sitio. Al contrario, el vendedor pone un precio inicial que es más bajo que el precio de reserva, a fin de atraer a posibles postores. Una vez concluido el tiempo durante el cual se oferta el producto, y si una oferta coincide o supera el precio de reserva, el sitio obliga al vendedor a entregar el producto.

Compra inmediata. Es una modalidad nueva en estos sitios, y no se trata precisamente de una subasta sino de un **remate**; se trata de un artículo con precio fijo en el que no hay margen de **negociación**, excepto el regateo.

Consejo. A veces quienes ponen a la venta sus artículos son los vendedores más experimentados y quienes tienen una tienda virtual en el sitio. Por lo regular esta modalidad es segura pues sirve a los vendedores más expertos para vender productos por volumen a precios bajos.

Comercio electrónico en México

El comercio electrónico puede definirse como "la utilización de la informática y las telecomunicaciones (internet) para canalizar transacciones de negocio entre dos o más personas o empresas". Es, entonces, la acción que llevan a cabo clientes y proveedores para comprar y vender sin estar presentes, en la virtualidad que da internet.

En México un estudio de Amipci y de la consultoría comercial y financiera PricewaterhouseCoopers indica que las **ventas totales** del comercio electrónico al consumidor en 2004 alcanzaron la cifra de **2,384** millones de pesos. De esta cifra el 28% se comerció en portales de subastas y remates, es decir, **667** millones de pesos, una participación nada despreciable en el mercado virtual.

De acuerdo con una clasificación mundial, existen **tres modalidades** básicas de *e-commerce*, ello depende de quién haga negocio con quién. Veamos:

Business to Business (o *B2B* por sus siglas en inglés)

Se refiere a transacciones comerciales entre dos o más **empresas establecidas**. Por ejemplo, una **recicladora** que a través de internet vende dos toneladas de plástico a una **embotelladora**.

Business to Consumer (o *B2C*)

Se trata de la venta de productos a través de internet de una **empresa** o negocio establecidos a un **consumidor físico**. Un ejemplo sería comprar una pizza por internet que, por raro que suene, se puede hacer.

Consumer to Consumer (o *C2C*)

Modelo en el que los consumidores venden y compran a **otros consumidores**. El ejemplo más claro de este tipo de comercio electrónico son los sitios de remates y subastas.

Fuente Asociación Mexicana de Internet (Amipci)

sumidor revise lo que compró, lo pruebe, e incluso, si se trata de ropa, se la pruebe. Una vez que el consumidor le notifique al sitio en internet que está satisfecho con su compra, el sitio liberará el dinero a una cuenta bancaria del vendedor.

Una ventaja extra de este método de pago, que en MercadoLibre.com se le denomina "mercado pago", y en DeRemate.com "deremate cash", es que con tarjetas de crédito (como HSBC, Banamex, Santander, Bancomer y American Express) el comprador puede hacer su pago hasta en 12 meses, claro, con intereses (con una tasa que va del 1 al 3% mensual).

De acuerdo con información de ambos sitios, en México esta herramienta hace cien por ciento seguras las compras al resguardar el pago del consumidor y tener una línea de investigación en caso de algún fraude, lo que hace que los vendedores que aceptan esta forma de pago vendan hasta un 100% más. Por ello, según información de estos sitios, se recomienda usar esta modalidad por seguridad y eficacia.

Los sitios no meten las manos

Aquí hay algo muy importante: si nos damos cuenta, los sitios de subastas no intervienen, o prácticamente nunca lo hacen, en el proceso de las transacciones, sólo se limitan a rentar el espacio virtual para que otros hagan el negocio, por eso es muy importante fijarse muy bien con quién se negocia, pues como lo dice la cláusula 6.2 de los términos y condiciones del sitio www.mercadolibre.com, "dado que MercadoLibre.com es un punto de encuentro entre comprador y vendedor y no participa en las operaciones que se realizan entre ellos... a MercadoLibre.com no podrán imputársele algún tipo de responsabilidad por incumplimientos en tal sentido".

Sobre este punto Francisco Ceballos, director general de MercadoLibre.com en México, explica: "Nuestro negocio es quitarnos de en medio para que la gente entre en contacto y puedan comerciar entre ellos, nosotros no intervenimos en las transacciones", es decir, un sitio de subastas o remates sólo se dedica a reunir vendedores y compradores en un punto y, efectivamente, no se responsabiliza de posibles fraudes. Ello no quiere decir que dichos sitios sean irresponsables con su comunidad de usuarios, ya que disponen de herramientas para disminuir el riesgo de compra y de una especie de seguro contra fraudes que más adelante se explicará.

Otro ejemplo: si se compra un auto mediante la sección aviso oportuno de un periódico y a la mera hora sale desvielado, ¿a quién se le reclama? Por supuesto, el periódico no se hace responsable, debe buscarse al vendedor; aquí radica el mayor riesgo en las operaciones de subastas en internet.

Sin embargo, en México, como en el resto del mundo, los sitios de subastas por internet se autorregulan siguiendo las recomendaciones de organismos internacionales en materia de consumo electrónico.

Ganando confianza

La mayoría de los mexicanos aún no estamos acostumbrados a las compras en línea. Según la Encuesta de Hábitos de los Mexicanos en Internet 2005, realizada por la Asociación Mexicana de Internet (Amipci), los principales motivos por los que la gente no compra en internet son dos. El primero: 49% de las personas respondieron que no se animan pues no les da confianza dar ciertos datos como dirección y número de tarjeta de crédito a una página de internet. El segundo: 36% no confía en que el envío le llegue. Por otro lado, 22% de los encuestados dijo que todavía prefiere comprar en el punto de venta, pues les gusta llevarse a casa lo que ya ha pagado.

Si observamos, la mayoría de quienes no han comprado en internet no lo han hecho por desconfianza. Primero, a dar sus datos personales, y segundo, por desconfianza a que el producto comprado no llegue a su domicilio. Bien, pues quienes piensan así tienen algo de razón, ya que si comprar en un sitio de subastas de inter-

net es generalmente seguro, quienes allí participan no están exentos de ser víctimas de un engaño.

Seguro antifraude

Otra herramienta que puede aumentar la seguridad en los pagos en esta clase de transacciones es el Programa de Protección al Comprador (PPC), el cual, por el momento, sólo maneja MercadoLibre.com. Se trata de una especie de seguro de compra, que garantiza que si el comprador es defraudado por alguna de las ofertas publicadas en este portal, éste se compromete a reembolsar parte del dinero hurtado, teniendo como límite máximo hasta 4 mil pesos por reparación de daño.

Un detalle muy importante para hacer válido este seguro es que, a la hora de hacer el depósito al vendedor, la cuenta bancaria esté a nombre del mismo. Es decir, si alguien compró unas bocinas a Pedro Torres, quien tiene el sobrenombre *pedrito66*, es muy importante que cuando se haga la transferencia bancaria o el depósito, la cuenta del banco esté a nombre de Pedro Torres, cuya verdadera identidad será revelada por el sitio de internet en el momento de cerrarse el trato electrónicamente.

¿Es seguro comprar en subastas y remates?

¿Es seguro o no comprar mediante este tipo de sitios de internet? La pregunta es relativamente fácil de responder. Francisco Ceballos, director de MercadoLibre.com responde: "Es seguro, la verdad es difícil que te defrauden comprando en sitios de subastas. Ahora comprar en internet es más seguro que usar tu tarjeta de crédito", y refuerza su aseveración con un dato: el 2004 se registraron 27 mil fraudes con tarjeta de crédito en toda la banca comercial en operaciones en punto de venta, mientras que en operaciones de comercio electrónico sólo se reportaron fraudes a 27 tarjetahabientes. Es decir, mil a uno.

No obstante, si se revisan las estadísticas de la Unidad de Policía Cibernética (UPC) de la Policía Federal Preventiva, la cual tiene que ver específicamente con los sitios de subastas y remates, el fraude en este tipo de sitios significa el 97% de las denuncias que esa corporación recibe, por encima de delitos como la pornografía infantil y los *hackers*.

Para explicar lo anterior, he aquí los números: durante 2005 se defraudaron en total unas mil personas en operaciones de subastas y remates, con un daño económico al consumidor de 5.5 millones de pesos. Aunque este volumen suene elevado, si se hace la comparación de estos delitos con el total de transacciones que se llevan a cabo en estos sitios, que son de alrededor de 1 millón mensuales, el resultado es que a diario se cometen 2.7 fraudes en este tipo de comercio electrónico en México entre 33 mil operaciones que se hacen en nuestro país.

Así, la posibilidad de ser defraudado es de alrededor de 1 en 10 mil.

La competencia de Profeco

Aunque sea uno entre 10 mil, los engaños suceden, y si uno corre con esa mala suerte lo primero que hay que hacer antes de acudir a la autoridad, es identificar bajo cuál de los siguientes tres escenarios se hizo la compra:

a) Se compró un producto usado a un vendedor particular.
b) Se compró un producto nuevo a un vendedor particular.
c) Se compró un producto nuevo o usado a un particular que generalmente se dedica a vender por internet, los llamados "vendedores frecuentes" de estos sitios.

En los dos primeros casos Profeco no tiene competencia para actuar, ya que la negociación entre particulares no está tipificada como una relación "comercial", requisito indispensable para que la Procuraduría pueda ayudar al consumidor. En estos dos primeros escenarios no estamos hablando de un engaño en una relación de proveedor a consumidor, sino de consumidor a consumidor, por lo tanto, se trata de un engaño civil.

En el tercer caso Profeco sí puede tener competencia ya que, aunque al comprarle a alguien éste se anuncie (o disfrace) como un particular en una página de subastas y remates, si vende productos nuevos, tiene un catálogo y expide comprobantes de compra la ley considera estas transacciones

El llamado Programa de Protección al Comprador (PPC) es otra herramienta que puede aumentar la seguridad en los pagos en este tipo de transacciones.

Fotoarte Pipo

como compras a un proveedor. Se trata así, de una relación comercial, y por lo tanto de un engaño comercial.

Una vez que hemos identificado de qué tipo de práctica abusiva hemos sido víctimas, ahora sí se puede actuar conforme a la ley.

Ante quién denunciar

Engaño comercial. En este sentido el artículo 2 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) establece que toda persona que comercie "habitualmente", será considerada como proveedor, condición indispensable para que Profeco tenga competencia. Por esta razón es muy importante que el consumidor esté consciente de a quién le está comprando, si a un vendedor particular que no comercia usualmente en internet o a un vendedor profesional, esa es la clave para actuar en caso de un posible fraude.

En caso de ser víctima de un engaño comercial, la primera acción es acudir a Profeco y presentar una queja con todos los documentos que avalen la compra. Es importante también dar aviso al sitio de internet para que esté enterado de que uno de sus usuarios está cometiendo prácticas abusivas.

Por otro lado, cabe mencionar que la LFPC protege también al consumidor que contrata los servicios de este tipo de sitios, y vigila el correcto funcionamiento del sistema de "pago seguro" en el cual interviene de forma directa el sitio de internet; lo protege además del cobro indebido de comisiones por venta, errores en facturaciones y falta de confidencialidad por parte del portal en internet.

Engaño civil. El abogado Joel Gómez Treviño, catedrático especialista en derecho informático recomienda que en caso de ser víctima de un engaño civil en operaciones en sitios de subastas y remates, lo primero que hay que hacer es dar aviso vía electrónica al administrador del sitio donde se cometió el delito. Un segundo paso es presentarse en la agencia del Ministerio Público del fuero común más cercano a su domicilio a hacer una denuncia de hechos y conservarla para posteriores procedimientos.

A su vez, el Ministerio Público iniciará la averiguación y en su caso pedirá la intervención de la Policía Cibernética para hacer una investigación técnica. A fin de hacer más ágil el proceso, se recomienda a los consumidores guardar toda la información concerniente a las operaciones de compra y venta en internet, como datos del vendedor, correos electrónicos, recibos electrónicos y conversaciones de *messenger* que se tengan durante la transacción.

Lamentablemente, el experto observa que cuando se trata de un engaño por internet en una operación civil, resulta muy difícil dar con el embaucador y exigirle la restitución del daño pues "el anonimato es la principal barrera para que una investigación contra un defraudador virtual prospere", y agrega que para nuestro sistema de justicia la persecución de engaños en sitios y portales de subastas es un tema aún muy nuevo, y más si el monto hurtado es menor a cuatro o cinco mil pesos, pues, "sale más caro el trámite y el posible juicio que el daño en sí", asegura.

Compras inteligentes, el común denominador

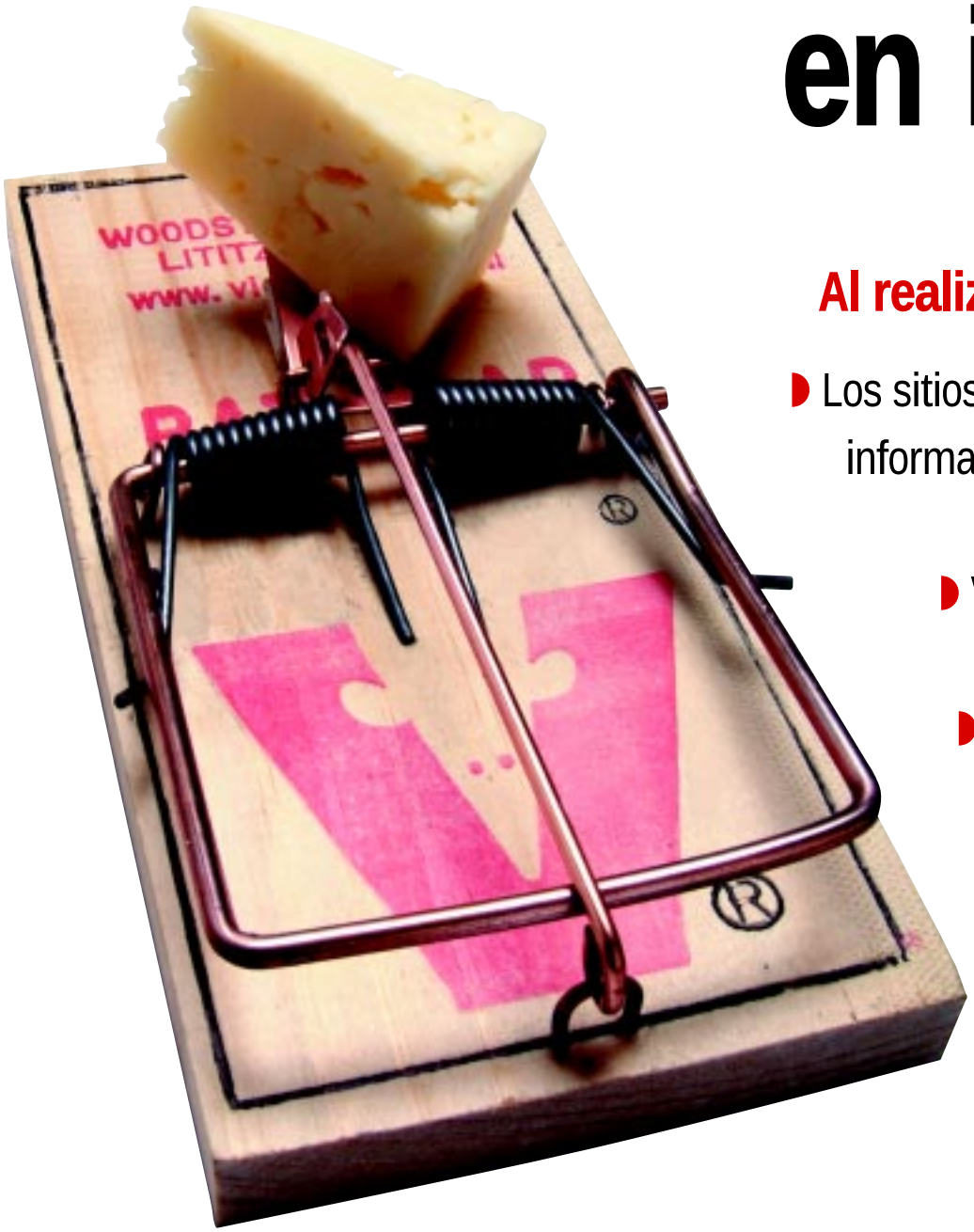
En resumen, los sitios de subastas y remates en internet tienen un índice de confiabilidad que indica que 99.3% de las operaciones que en ellos se realiza son exitosas; la diferencia entre estar en ese porcentaje o en el restante 0.7% es el nivel de información que tengamos y las precauciones que tomemos al comprar.

Los sitios de subastas y remates en internet pueden ser una buena vía para comprar, segura y, sobre todo, económica. Es recomendable utilizar la herramienta de "pago seguro", que además de ser gratuita para el comprador, elimina totalmente la posibilidad de ser engañado.

Un buen ejercicio es recordar todas las precauciones que se deben tomar al comprar algún producto en una tienda, y aplicarlas en las compras en este tipo de sitios, como revisar garantías, manuales, forma de uso, tallas, funcionamiento, condiciones e información en general y, por supuesto, echar un vistazo a la reputación de la persona a quien se le compra.

Fuentes Entrevistas con Francisco Ceballos Blanco, director general de MercadoLibre.com; José Luis Flores Lepe, director general Jurídico Consultivo de Profeco; Joel Gómez, experto en legislación cibernética de la consultoría Arochi, Marroquín & Linder; Enrique Bustamante, director general de la Asociación Mexicana de Internet (Amipci), y con la vocería de la Policía Cibernética de México • Cifras del Anuario 2006 de la Asociación Mexicana de Internet (Amipci)

Que no te transen en internet



Al realizar compras en línea:

- Los sitios mexicanos deben ofrecer información **en español** y precios en **moneda nacional**.
- Verifica que estén **visibles** las políticas de seguridad.
- Busca la **dirección** física del proveedor, el **teléfono** y el **correo** electrónico.
- Lee la **"letra chiquita"** de los cibercontratos.

Profeco

¡Tú tienes el poder, **Profeco** te respalda!

Más información en www.profeco.gob.mx, en el enlace "Consumo informado"/"Comercio electrónico"

Cuaresma deliciosa

La Cuaresma es una de las tradiciones más arraigadas en nuestro país, y el pescado (que de las aguas se va por las nubes) ocupa un lugar predominante en la mesa en esta temporada. Sin embargo, nuestra cocina es variadísima y sabrosa no sólo en productos del mar, sino en aves y guisos elaborados a base de vegetales. Le ofrecemos aquí una selección de platillos sabrosos, baratos y muy nutritivos. Claro, son Platillos Sabios Profeco. ¡Buen provecho!

Productos del mar

Budín de sardina

(6 raciones)

Ingredientes

- 1 lata de sardinas en tomate rojo (425 g)
- 12 tortillas de maíz partidas en cuartos (360 g)
- 3 tomates rojos asados, pelados y picados (360 g)
- 3 chiles poblanos asados, desvenados y en rajas (315 g)
- 3/4 de taza de queso fresco desmoronado (100 g)
- 1/4 taza de aceite (60 ml)

Preparación

1. Desmenuce las sardinas con un tenedor.
2. Oree las tortillas cortadas y fríalas en el aceite caliente, escúrralas sobre papel absorbente para eliminar el exceso de grasa.
3. En un refractario previamente engrasado, acomode una capa de tortillas y una capa de rajas, agregue el tomate rojo picado, seguido de la sardina y el queso, repita hasta terminar con los ingredientes; finalice con una capa de tortillas cubierta con queso desmoronado.
4. Hornee por 30 minutos a 200° C.

También... Puede cocerlo a baño maría en una olla tapada, durante 45 minutos.

Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	417
Proteínas	21 g
Grasas	21 g
Colesterol	85 mg
Fibra dietética	4 g

Romeritos con mole y tortas de camarón

(6 raciones)

Ingredientes

- romeritos limpios, cocidos y escurridos (1 kg)
- papitas cambray cocidas y peladas (650 g)
- 2 tazas de caldo de camarón (500 ml)
- 6 nopales partidos en cuadritos y cocidos (360 g)
- 1 taza de pasta de mole (250 g)
- 3 huevos (165 g)
- 1/2 taza de aceite para freír (125 ml)
- camarón seco (120 g)
- 1 trozo de cebolla (30 g)
- 2 cucharadas de pan molido (20 g)
- 1 rama de cilantro (5 g)
- unas gotas de jugo de limón
- 2 dientes de ajo (4 g)
- sal al gusto

Preparación

1. Cueza los camarones secos enteros en tres tazas de agua (sin sal) con un pedazo de cebolla, los ajos y una rama de cilantro. Deje que hierva y se consuma un poco hasta que el caldo tenga buen sabor.
2. Cuele el caldo y muela los camarones en un procesador (reserve algunos camarones para adornar).
3. Bata las claras a punto de turrón con unas gotas de jugo de limón, después, agregue las yemas una por una, e incorpórelas suavemente. Agregue el camarón molido y el pan molido con movimientos envolventes.
4. En una sartén con aceite caliente a fuego bajo, fría cucharaditas de la mezcla por ambas partes, tratando de darles forma de tortitas. Escurra sobre papel absorbente y reserve.
5. Mezcle la pasta de mole con el consomé y deje hervir un momento hasta que la pasta se disuelva por completo.
6. Agregue los nopales, los romeritos y las papas. Mezcle todo, verifique la cantidad de sal y deje cocinar durante 10 minutos más.
7. Al momento de servir, agregue las tortitas al guiso y mantenga al fuego hasta que todo esté bien caliente. Sirva los romeritos adornados con los camarones enteros.

Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	400
Proteínas	21 g
Grasas	25 g
Colesterol	33 mg
Fibra dietética	3 g

Pescado almendrado estilo Veracruz

(6 raciones)

Ingredientes

- 6 filetes de pescado (600 g)
- tomates rojos asados (300 g)
- 1/2 taza de vino blanco (120 ml)
- cebolla (100 g)
- aceitunas deshuesadas (75 g)
- almendras peladas (65 g)
- 3 cucharadas de margarina (30 g)
- 3 cucharadas de aceite de oliva (30 ml)
- 3 cucharadas de vinagre (30 ml)
- 1/4 de tablilla de chocolate (25 g)
- 6 rajas de chile jalapeño en escabeche (20 g)
- 1 cucharada de alcaparras finamente picadas (12 g)
- 4 dientes de ajo (8 g)
- 1/2 raja de canela
- sal y pimienta al gusto

Preparación

1. Unte los filetes de pescado con la margarina y salpimente.
2. Reserve 36 mitades de almendra y el resto lícuelo perfectamente junto con el chocolate, el jitomate, la cebolla, los ajos, el vinagre, la canela y el vino blanco.
3. En el aceite de oliva caliente sofría la salsa colada durante algunos minutos, sazonando con sal y pimienta. Añada las aceitunas y alcaparras.
4. En un molde refractario previamente engrasado agregue un poco de salsa, acomode el pescado y cubra con el resto de la salsa.
5. Tape con un pedazo de papel aluminio y hornee a 180° C durante 20 minutos o hasta que el pescado esté bien cocido.
6. Sirva cada filete bañado con la salsa y adorne con las rebanadas de almendra que separó y las rajas de chile jalapeño.

Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	333
Proteínas	20 g
Grasas	21 g
Colesterol	42 mg
Fibra dietética	2 g

Aves

Pollo oriental con arroz

(6 raciones)

Ingredientes

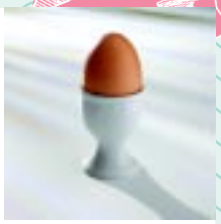
- 1 pechuga de pollo deshuesada y cortada en trocitos (600 g)
- 2 calabacitas italianas rebanadas (320 g)
- 1/2 coliflor mediana en ramitos (300 g)
- germinado de soya lavado y escurrido (250 g)
- 2 zanahorias cortadas en tiras pequeñas (240 g)
- arroz cocido al vapor (180 g)
- champiñones limpios y rebanados (150 g)
- 1/2 cebolla rebanada (100 g)
- 4 cucharadas de aceite (40 ml)
- 3 cucharadas de ajonjolí (18 g)
- 3 cucharadas de cebollín picado (15 g)
- 1 chile serrano picado (4 g) [opcional]
- 2 dientes de ajo (4 g)
- sal y pimienta al gusto

Preparación

1. El pollo se salpimenta y fríe hasta que esté suave; se reserva.
2. En dos cucharadas de aceite caliente se saltean las zanahorias y la coliflor, cuando empiecen a suavizarse se agrega la cebolla, el ajo y el cebollín; posteriormente se agregan las calabacitas, los champiñones y el germinado. Se tapa la cazuela y se deja a fuego bajo hasta que las verduras empiecen a soltar su jugo.
3. Por último, se incorpora nuevamente el pollo y se sazona con el chile picado, 3 cucharadas de salsa de soya y un poco de pimienta.
4. Se retira del fuego cuando todo el guiso haya sazonado y sin dejar que las verduras se reblandezcan.
5. Se sirve caliente con el ajonjolí espolvoreado, acompañado de una porción de arroz.

Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	378
Proteínas	19 g
Grasas	19 g
Colesterol	48 mg
Fibra dietética	5 g



Soufflé de pollo y calabacitas

(6 raciones)

Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	361
Proteínas	22 g
Grasas	18 g
Colesterol	190 mg
Fibra dietética	2 g

Ingredientes

- 4 calabacitas italianas ralladas en crudo (680 g)
- 1 pechuga de pollo chica cocida y deshebrada (400 g)
- 1 taza de leche (240 ml)
- 12 rebanadas de pan de caja sin orillas (225 g)
- 3 huevos (165 g)
- 1 taza de queso chihuahua rallado (100 g)
- 1 trozo de cebolla (60 g)
- 1 cucharada de mantequilla (12 g)
- 2 dientes de ajo (4 g)
- 1/8 de cucharadita de pimienta blanca molida
- 1 cucharadita de sal (o al gusto)

Preparación

1. Prenda el horno a 200° C para que se vaya calentando y engrase un molde refractario.
2. Bata el huevo con la leche, pimienta y sal.
3. Pase la mitad de las rebanadas de pan por el huevo y cubra el fondo del molde engrasado.
4. Esparza la calabaza y cubra con otra capa de pan de la misma forma.
5. Al final, distribuya el pollo, cubra con el queso y hornee durante 30 minutos. Cinco minutos antes, prenda el gratinador para que el queso se dore.
6. Deje reposar dentro del horno apagado durante 5 minutos más antes de retirarlo. Corte y sirva caliente adornado al gusto.

También... Puede sustituir las calabacitas por zanahorias ralladas, espinacas, o flor de calabaza.

Tacos potosinos

(6 raciones)

Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	525
Proteínas	21 g
Grasas	26 g
Colesterol	48 mg
Fibra dietética	8 g

Ingredientes

- 1 pechuga de pollo cocida y deshebrada (600 g)
- 4 tomates rojos asados, sin cáscara ni semillas (500 g)
- 18 tortillas (450 g)
- 3 zanahorias cocidas y partidas en cuadritos (330 g)
- 3 papas cocidas y partidas en cuadritos (255 g)
- ejotes cocidos y partidos (250 g)
- 1/3 de taza de aceite para freír (80 ml)
- 1 trozo de cebolla (75 g)
- 1/2 taza de queso rallado (60 g)
- 6 hojas de lechuga picadas (60 g)
- rajas de chile en vinagre (30 g)
- orégano y tomillo al gusto
- sal y pimienta al gusto

Preparación

1. Se saltean ligeramente los ejotes, las papas y las zanahorias en un poco de aceite caliente. Se salpimentan y se reservan.
2. Se licua el tomate rojo junto con la cebolla, las hierbas de olor y la sal.
3. Se vierte la salsa en un recipiente y se pasan por ella cada una de las tortillas.
4. Posteriormente, las tortillas se fríen en poco aceite bien caliente.
5. Se coloca sobre cada tortilla un poco de pollo deshebrado, se enrollan y se sirven tres tacos en cada plato.
6. Se cubren los tacos con la lechuga picada, encima se coloca un poco de la verdura frita, se espolvorea con el queso rallado y encima se adorna con las rajas de chile en vinagre.

Papas gratinadas con espinacas

(6 raciones)

Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	345
Proteínas	15 g
Grasas	21 g
Colesterol	188 mg
Fibra dietética	2 g

Ingredientes

- 6 papas cocidas y rebanadas (840 g)
- espinacas lavadas, enteras, cocidas y escurridas (260 g)
- queso oaxaca deshebrado (180 g)
- 3 huevos cocidos y rebanados (165 g)
- 1 cebolla en rebanadas (130 g)
- 1/2 taza de crema (125 ml)
- 1/2 taza de leche (125 ml)
- 1 cucharada de margarina (10 g)
- 1 cucharada de aceite (10 g)
- sal y pimienta al gusto

Preparación

1. Acitrone la cebolla en una cucharada de aceite e incorpore las espinacas cocidas, revuelva y apague el fuego.
2. Aparte, mezcle la leche con la crema batiendo hasta que se integren totalmente y sazone con sal y pimienta.
3. En un refractario o molde para hornear previamente engrasado, coloque una tercera parte de las papas, distribuya la mitad de las espinacas, la mitad de los huevos rebanados, un tercio del queso y un tercio de taza de la crema batida.
4. Repita la operación y finalice con una capa de papas, queso y crema.
5. Hornee a temperatura media (170° C) durante 15 minutos o hasta que el queso haya gratinado y el resto de los ingredientes se hayan calentado muy bien.

Tortitas de lentejas y arroz

(6 raciones)

Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	424
Proteínas	10 g
Grasas	23 g
Colesterol	133 mg
Fibra dietética	3 g

Ingredientes

- 1 plátano macho cocido y machacado (300 g)
- 3 huevos (165 g)
- espinacas lavadas, rebanadas y cocidas con sal y exprimidas (125 g)
- 3 tazas de lentejas cocidas y escurridas (120 g en crudo)
- 2 tazas de arroz cocido (120 g en crudo)
- 1/2 taza de aceite para freír (120 ml)
- 1 trozo de cebolla picada (60 g)
- 2 cucharadas de harina (20 g)
- 3 cucharadas de perejil finamente picados (15 g)
- 2 dientes de ajo finamente picados (4 g)
- sal y pimienta al gusto

Preparación

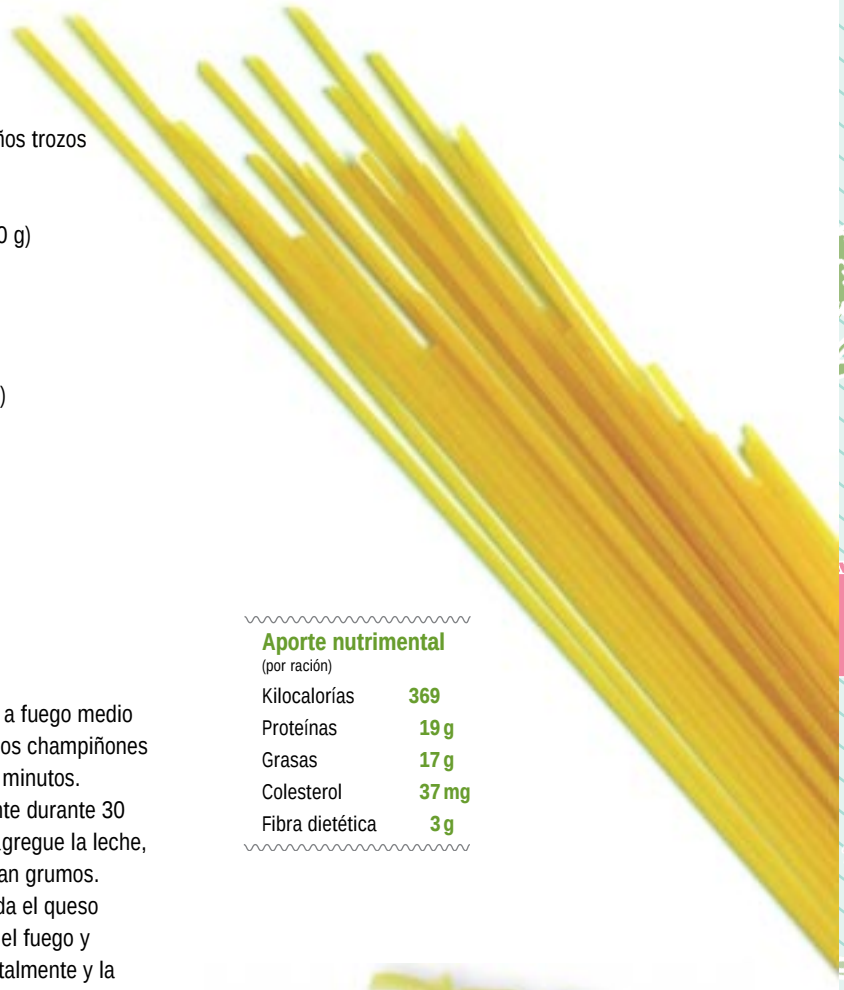
1. Mezcle las lentejas con el arroz, las espinacas, el plátano, la cebolla, el perejil, la harina y los huevos previamente batidos. Sazone con sal y pimienta al gusto.
2. Fría porciones de la mezcla procurando darles forma de tortitas. Escúrralas sobre papel absorbente para eliminar el exceso de grasa.
3. Sirva calientes acompañadas de la salsa de su preferencia.

Pasta de primavera

(6 raciones)

Ingredientes

- 2 tazas de leche (500 ml)
- 2 zanahorias medianas peladas y cocidas en pequeños trozos cortados diagonalmente (220 g)
- brócoli cocido en ramitos muy pequeños (200 g)
- fetuchini, tallarín o espagueti cocido y escurrido (180 g)
- coliflor cocida en ramitos muy pequeños (150 g)
- champiñones limpios cortados en cuartos (150 g)
- queso manchego rallado (120 g)
- queso parmesano rallado (60 g) (opcional)
- 1/4 de cebolla mediana muy finamente picada (60 g)
- 4 cucharadas de margarina (40 g)
- 2 cucharadas rasas de harina de trigo (20 g)
- 1/4 de cucharadita de nuez moscada
- 1/4 de cucharadita de pimienta
- sal al gusto



Aporte nutrimental
(por ración)

Kilocalorías	369
Proteínas	19 g
Grasas	17 g
Colesterol	37 mg
Fibra dietética	3 g

Preparación

1. En una cacerola derrita 3 cucharadas de margarina a fuego medio junto con la pimienta, acitrone la cebolla junto con los champiñones sin que la margarina se queme y saltéelos de 2 a 3 minutos.
2. Añada la harina sin dejar de mover, aproximadamente durante 30 segundos, para que no se pegue. Inmediatamente agregue la leche, revolviendo constantemente para evitar que se hagan grumos.
3. Cuando suelte el hervor y comience a espesar, añada el queso manchego, la nuez moscada y sal al gusto. Apague el fuego y continúe mezclando hasta que el queso se funda totalmente y la salsa adquiera una consistencia cremosa.
4. Agregue el brócoli, la coliflor y las zanahorias a la salsa caliente, incorporando todo con movimientos envolventes.
5. En un molde refractario previamente engrasado, vacíe la pasta cocida y vierta encima la salsa. Tape el molde con un pedazo de papel aluminio y hornee a temperatura previamente caliente de 180° C durante 20 minutos aproximadamente.
6. Se sirve caliente con un poco de queso parmesano espolvoreado encima.

Fotos Archivo

Caldo de camarón

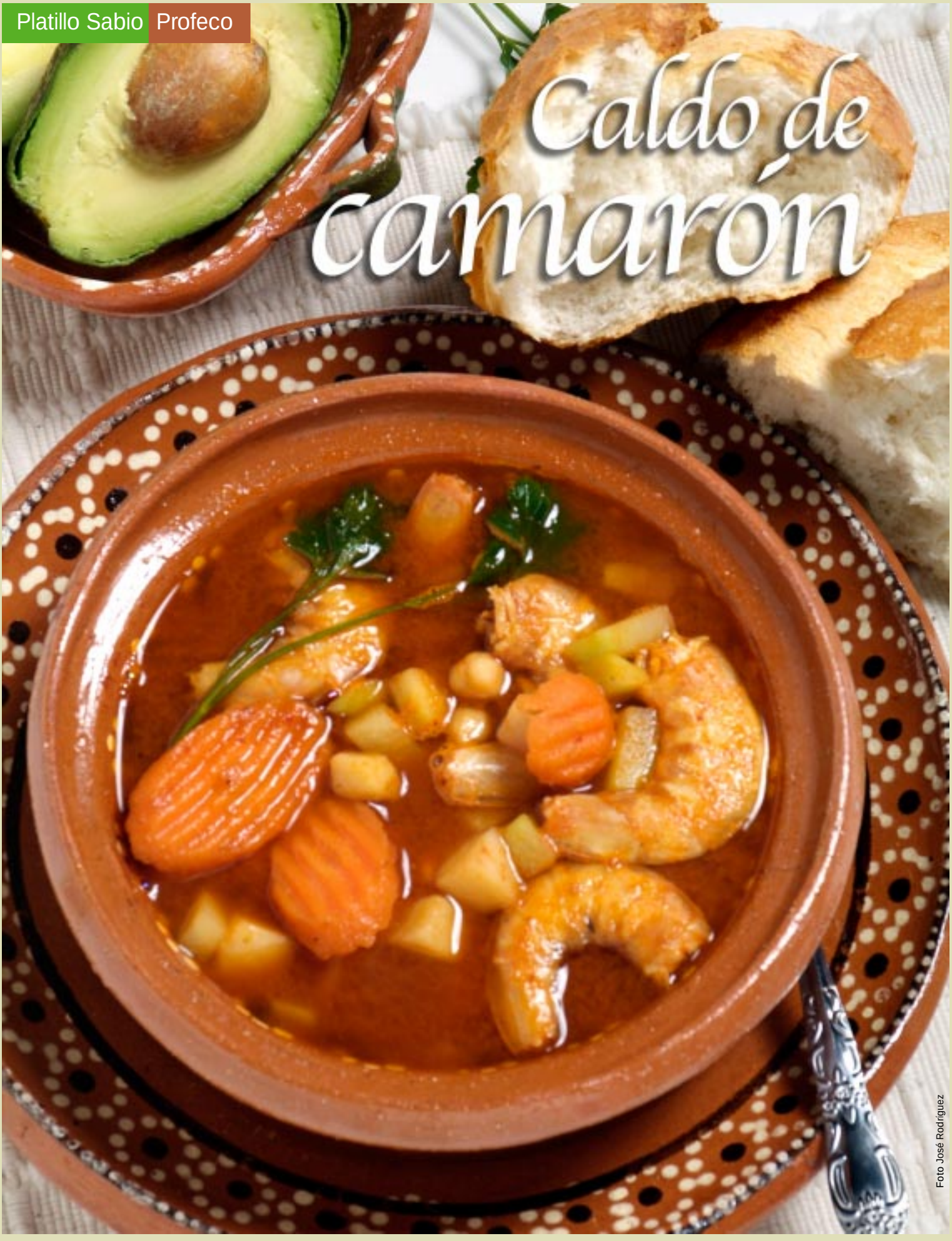


Foto José Rodríguez

Ojos que no ven... consumidor que no ahorra

TV Revista del Consumidor

El programa que nos enseña a consumir de manera inteligente

Todos los domingos a las 9:00 am por el Canal del Congreso

Busque todos nuestros horarios* en la cartelera que publica RTC en los principales diarios.

Para estar siempre bien informado...
¡sintonice nuestro programa!

* Los horarios pueden variar sin previo aviso.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Enfermeras

Cuidar un enfermo no es tarea fácil, sobre todo si se enfrenta una enfermedad difícil que requiere cuidados especializados que sólo puede proporcionar una enfermera profesional.

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Probablemente nunca ha pensado contratar una enfermera, ya sea por el costo, por desconocimiento o porque supone que no hay mucha diferencia entre una enfermera y su amiga o vecina que "se ofreció" a cuidar a su familiar convaleciente. Sin embargo, hay casos de pacientes cuyo estado de salud requiere los cuidados de una profesional de la salud, es decir, de una enfermera.

"Cuidar a un paciente en casa exige de muchos cuidados y conocimientos –advierte María Elena Martínez, subdirectora académica de la Escuela Superior de Enfermería y Obstetricia, del Instituto Politécnico Nacional (ESEO)-, porque hay momentos en que si no se toman decisiones tan sencillas como suministrarle un medicamento oportunamente, o muy graves como brindar reanimación cardiovascular, las consecuencias son fatales.

"La práctica de la enfermería domiciliaria representa mayor riesgo que la hospitalaria, porque en una institución de salud hay una supervisión constante no sólo de enfermería sino médica, y en el hogar no", enfatiza la académica del IPN.

Profesionales de la salud

Una enfermera es una profesional que está capacitada y autorizada para asumir la responsabilidad de llevar a cabo servicios de enfermería. En el caso de nuestro país, nueve de cada diez personas que prestan servicios de enfermería son mujeres.

Foto Archivo

Cifras blancas

En México, 302 mil personas prestan servicios de enfermería profesional, técnicos y auxiliares.

.

La edad promedio de las enfermeras(os) generales es de 38 años.

Nueve de cada diez enfermeras trabajan en instituciones de salud, y la proporción restante presta sus servicios en domicilios particulares.

El promedio de escolaridad de la población dedicada a la atención y cuidado de los enfermos es de 12.2 años de estudio.

Fuente Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI

Las primeras enfermeras

En 1844 llegó a México un grupo de religiosas, **las Hijas de la Caridad**, originarias de España, para administrar instituciones benéficas. **En 1847**, cuando el ejército invasor estadunidense inició su avance hacia el Valle de México, una de las primeras medidas que se tomaron fue **proveer** a los hospitales del equipo indispensable para atender a los heridos. La madera de la **plaza de toros** se empleó para improvisar camas, a los carruajes se les quitó el toldo para servir de ambulancias y los **viejos claustros** se destinaron a salas para recibir a los heridos.

Dos de estas religiosas, que esperaban en el claustro del **Colegio de San Pablo**, preparaban vendajes apresuradamente, pues sabían que muy pronto comenzaría a llegar un número abrumador de heridos. Una de ellas era **sor Micaela**, que ayudaba a Ladislao de la Pascua, médico y cura de la iglesia.

Al terminar la invasión extranjera, siguieron épocas de **penuria**, y con ella epidemias de **tifus** y **viruela**. Se cuenta que sor Micaela, para poder comprar pan y carne y alimentar a los enfermos, **pedía fiado** o salía a la calle a pedir **limosna**. Años después, en el Ayuntamiento de México, se encontró un **citatorio** para sor Micaela, en el cual, un carnicero **la demandaba** por no saldar una deuda.

Fuente Jamieson-Sewa-Suhrie-Maza Brito, *Historia de la enfermería*, Interamericana, México, 1968

Actualmente en nuestro país hay dos modalidades para la formación de enfermeras:

Técnica profesional o general. Este nivel de estudios se imparte en escuelas incorporadas a la Secretaría de Educación Pública o la Universidad Nacional Autónoma de México. Las aspirantes requieren secundaria.

Licenciatura. Se ofrecen en la UNAM, el IPN, facultades de estudios superiores –antes ENEP Acatlán e Iztacala–, universidades privadas, IMSS, ISSSTE, UAM, hospitales públicos y privados, y la Escuela Militar, entre otras.

"En el campo laboral, el trabajo de las enfermeras técnicas profesionales y el de las licenciadas en enfermería se complementa, no hay preponderancia de uno sobre otro, ya que en enfermería existen diversos niveles de atención", explica Ana María Ruiz Urbina, profesora de la escuela de enfermería Escandón.

Los servicios de enfermería se enfocan a atender la salud en cuanto a:

a) Fomento a la salud, como campañas de vacunación, programas de planeación familiar, etc.
b) Prevención de enfermedades.
c) Asistencia, cuidado y rehabilitación de enfermos.

"No debemos confundir a una enfermera técnica profesional con el oficio de enfermera auxiliar. De hecho, hace tiempo que instituciones como la Cruz Roja dejaron de formar enfermeras auxiliares", agrega la enfermera Ruiz Urbina.

Las auxiliares en enfermería tienen conocimientos básicos de primeros auxilios, como toma de signos vitales, vendaje, curaciones, inyecciones, inmovilización de pacientes, baño, etc.

Por su parte, las enfermeras técnicas profesionales aprenden anatomía y fisiología, salud pública y medicina preventiva, microbiología, medicina física y rehabilitación, entre otras materias, y una vez que concluyen pueden realizar estudios postécnicos y especializarse, por ejemplo, en el área médico-quirúrgica para ser enfermera instrumentista, administradora o especialista en medicina intensiva, etc.

"En esta escuela las alumnas egresan con el título de enfermeras técnico profesionales; adquieren una serie de conocimientos, cuyos fundamentos teóricos-metodológicos las preparan para practicar la enfermería, es decir, valorar el cuidado que requiere el paciente y evaluar el impacto en su cuidado", explica Ruiz Urbina.

Enfermería a domicilio

Una profesional de la enfermería tiene una formación sólida basada en fundamentos técnicos, científicos, humanísticos y éticos, que le permiten desempeñar su ejercicio con calidad y conciencia profesional.

Según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, en México, de cada 100 enfermeras, 48 cursaron una carrera técnica, 22 carrera profesional técnica y 21 secundaria, y sólo 9 tienen estudios superiores.

¿Cómo saber entonces a quién confiarle el cuidado de un familiar enfermo en casa, y poder estar tranquilos si se queda solo en casa con"una desconocida"?

"Con frecuencia, en el mostrador de las farmacias hay tarjetas de personas que ofrecen servicios de enfermería. La gente les llama y les pregunta cuánto cuesta, y no averigua si tiene estudios, cuál es su especialidad, si hay una empresa que respalde el servicio, si tienen carta de recomendación, etc. Ello no significa que todas sean 'enfermeras improvisadas', pero existen dos aspectos importantes al contratar una enfermera: la formación profesional y la seguridad", explica Elisa Quintero, directora administrativa de Enfermeras Particulares y Servicios Integrales (EPSI).

Las enfermeras tienen conocimientos que las capacitan para cuidar y atender a un paciente para que recobre la salud,"sin embargo, hay casos difíciles que exigen mayor preparación, por ejemplo, una reanimación cardiovascular adecuada y oportuna para salvar la vida de una persona",

manifiesta Flavia García Tapia, directora general de EPSI.

Una empresa seria orienta a la familia y le indica quién es la persona adecuada según la patología del enfermo, porque sólo así evita poner en riesgo la salud e incluso la vida del paciente.

Como en el hospital, la enfermera también es responsable de llevar un expediente clínico, el registro de signos vitales, de medicamentos, etc.

Por lo anterior, en caso de necesitar los servicios de una enfermera, es necesario cuidar los siguientes aspectos:

- Primero preguntemos al médico por la especialidad o el nivel de estudios que debe tener la enfermera para para que nuestro familiar reciba la atención adecuada.
- Si acudimos a una empresa especializada en servicios de enfermería, debemos asegurarnos de que conocen perfectamente a su personal y tienen referencias personales (dirección, teléfono) y laborales (cartas de recomendación, experiencia en trabajos anteriores).
- Aun cuando alguien de nuestra entera confianza nos recomiende una enfermera, debemos verificar su dirección, teléfono, estudios realizados y, si es posible, solicitar referencias de los trabajos que ella ha desempeñado con anterioridad.
- Actualmente, algunas empresas cuentan con registros muy detallados de las características físicas de su personal (señas particulares, huellas dactilares) con el fin de brindar mayor seguridad a sus clientes. Por otro lado, conviene preguntar qué medidas de seguridad y control de su personal ofrecen.
- Con el fin de brindar un servicio de calidad, algunas compañías hacen visitas aleatorias al personal en el domicilio del paciente para supervisar su trabajo, presentación, puntualidad, interrelación con el paciente y con la familia, etc.
- Averiguar en diversas empresas la relación costo-beneficio, y elegir de acuerdo con la calidad del servicio, no sólo por el precio.
- Debemos recordarle que como consumidores tenemos derecho a que nos muestren documentos oficiales que comprueben la formación académica de la enfermera que vamos a contratar.

Si ya contrató a una enfermera

Tenga en consideración los siguientes aspectos:

- El médico trata las enfermedades y la enfermera cuida y atiende al afectado –el paciente es el punto en donde convergen ambas especialidades–, así que no modifiquemos las indicaciones del médico ni las decisiones que tome la enfermera.
- No subestimemos el trabajo de la enfermera; si su familiar está bañado, peinado, rasurado, con ropa limpia, tomó sus medicamentos y comió a la hora indicada, es porque la enfermera hizo su trabajo. No le asigne tareas ajenas a su profesión. Aun cuando su familiar esté dormido, la enfermera debe estar atenta a su paciente.
- Si no está conforme con el servicio, o considera que su paciente no está a gusto con la enfermera, puede pedir a la empresa que la sustituya.

Es deber de las enfermeras...

Foto Archivo

Respetar la vida, los derechos humanos y el derecho de la persona a recibir tratamientos y cuidados.

Mantener una relación estrictamente profesional con la persona, en un ambiente de respeto mutuo, y de reconocimiento de su dignidad, valores, costumbres y creencias.

Proteger la integridad de la persona ante cualquier afectación ocasionada por la mala práctica de cualquier miembro del equipo de salud (médico u otro personal de enfermería).

Mantener una conducta leal y honesta; conducirse con veracidad y confidencialidad, salvaguardado en todo momento los intereses de la persona.

Fuente Comisión Nacional de Arbitraje Médico (Conamed)

Fuentes Entrevistas con María Elena Martínez, subdirectora académica, Escuela Superior de Enfermería y Obstetricia (ESOE), del Instituto Politécnico Nacional; Ana María Ruiz Urbina, profesora de la Escuela de Enfermería Escandón; Flavia García Tapia, directora general, y Elisa Quintero Ramírez, directora administrativa, de Enfermeras Particulares y Servicios Integrales • Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática • Torres Pérez, "Los retos de la enfermería", en www.saludycuidados.net/numero4/torres.htm

5 de marzo

Día de la familia

Por Luis Amador

Ilustración Mónica Miranda

Junto a ti hay personas que te han acompañado en los momentos más importantes de tu vida, como el día en que aprendiste a caminar –aunque no te acuerdes– o la tarde en que metiste el gol con el cual tu equipo pasó a finales... ¡Qué afortunado eres al tener una familia!

Hay familias tan grandes que no cabrían en la foto. Son inseparables, y adonde va uno, van todos los demás. Al momento de celebrar un cumpleaños, boda o aniversario, son capaces de llenar un estadio y tirar la casa por la ventana.

En cambio, las hay tan pequeñas que podrían viajar juntos en la misma bicicleta. No tienen problemas de estacionamiento y llama la atención su gran parecido y cómo se divierten. ¡Ah!, y para brindar en Año nuevo, ¡sólo les basta dos copas y 24 uvas!

Sin embargo, lo más importante de tener una familia no es el número de sus miembros ni el tamaño de sus celebraciones, sino compartir y disfrutar los momentos felices y estar al pendiente del bienestar de cada uno de los integrantes.

La familia: célula de la sociedad...

A pesar de que algunos estudiosos del pasado siglo XX apostaban que la familia iba a desaparecer, estaban muy equivocados. Es cierto, la familia como tal ha sufrido muchos cambios: ya no es mayoría la de papá-mamá-hijos, sino que en el mundo han surgido muchas variaciones, como la de las mamás y papás solteros, la de los tíos que se encargan de uno de sus sobrinos o la de los padres viudos o divorciados que se casan y forman un nuevo hogar con los hijos de sus matrimonios anteriores.

La familia continúa siendo la célula de la sociedad porque ahí se crean los lazos más fuertes entre las personas: el cariño, la comprensión, la comunicación, la confianza... En ese espacio vital los niños como tú reciben los valores que los preparan para la vida, además de que definen sus gustos y objetivos.

La familia que eliges: los amigos

Ahora bien, más allá de la familia sueles encontrar personas con las cuales puede ocurrirte algo extraño: como que están en sintonía contigo, como que les gusta jugar a las mismas cosas que a ti, es más, sus preferencias en cuanto a música, ropa y libros son idénticas a las tuyas: como que tienes la impresión de que ya las conoces, como que son personas que algún día imaginaste y ahora están ahí, frente a ti.

Estas personas que puedes encontrar en tu escuela o en tu calle con el tiempo se convierten en tus más queridos amigos, son como hermanos de una familia más grande, que también están dispuestos a escucharte, a darte la mano cuando lo necesites, que te dicen las cosas tal como son, incluso son capaces de señalarte tus errores y desaciertos cuando hiciste algo indebido. A ellos los eliges tú y nadie más que tú, por eso hay que sentirse afortunados de contar con muchos amigos de verdad.

Los papeles en la familia

Pues bien, ser parte de una familia significa que desempeñas un papel de acuerdo con tus posibilidades, por pequeño que sea. Así, tus padres trabajan todos los días para procurarte una buena calidad de vida, brindarte todos los cuidados y educación para que crezcas sano y feliz, y que puedas elegir qué papel vas a desempeñar en la sociedad (arquitecto, biólogo, matemático…) y en la familia que formarás en el futuro.

En cierta forma, la familia es como una pequeña orquesta, cada uno de sus integrantes debe estar en armonía con los demás para que la pieza se escuche perfecto y que reciban los aplausos del público, lo que redunda en bienestar y satisfacción de todos.

Tareas y obligaciones

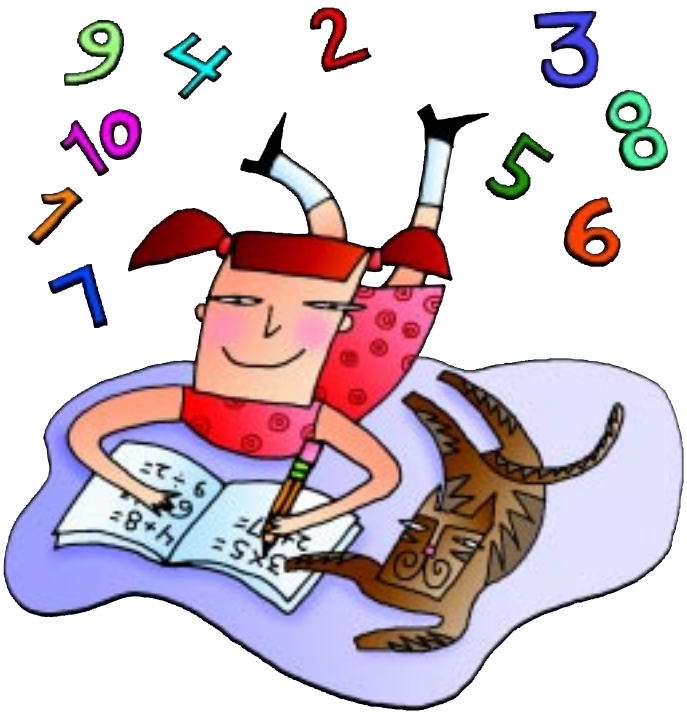
Ahora bien, además de interpretar el importantísimo papel de ser"la alegría de la casa", los niños también deben cumplir con ciertas tareas y obligaciones, de acuerdo con su edad y habilidades. Así como tus padres salen a trabajar todos los días para procurarte alimento y vestido, educación y salud, debes corresponderles estudiando y cuidándote a ti mismo, siendo buen niño y colaborando en las tareas del hogar.

Por ejemplo, el hecho de que tu mamá te haya pedido tender tu cama y recoger tu cuarto no significa que seas su esclavo, sino que debes ayudar a procurar el bienestar de todos: considera que tu mamá puede estar muy cansada de trabajar o de lavar la ropa... ¡es muy pesado! ¿No crees?

Y aunque no te hayas dado cuenta, tu mamá recompensa tu ayuda de muchas maneras: te prepara una rica sopita, te ayuda con la tarea cuando no puedes con ella y se convierte en la más eficiente enfermera cuando te empieza a doler algo.

De tu papi, ni se diga, se preocupó de ti incluso antes de que nacieras. Ha estado al pendiente de tus calificaciones, de si comes bien o no, de quiénes son tus amigos... Por eso cuando te pida que le alcances la caja de herramientas o una lámpara, no dudes en ayudarlo, pues seguramente está arreglando el auto para que puedan salir todos a pasear, o cambia los fusibles de la electricidad para que todos puedan ver la televisión.

Y todo lo bueno que sucede dentro de la familia se debe única y exclusivamente a que sus integrantes se profesan amor y fedelidad al bienestar común, pues en todas las casas existen reglas no escritas que cumplir y que permiten la cordial convivencia de todos. ¿Te habías dado cuenta?



Dime dónde compras... y te diré cuánto ahorras

Quién es quién en los precios

El servicio que le ayuda a comprar mejor

Captamos semanalmente los precios de cientos de productos en una amplia red de establecimientos en 23 ciudades del país, para que usted pueda comprar mejor.

Consulte la información de Quién es Quién en los Precios:

- En el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722
- Visitando nuestra página electrónica: www.profeco.gob.mx
- Solicitando un folleto gratuito en las delegaciones **Profeco** del área metropolitana
- Además, con nuestro nuevo Sistema Interactivo, en Internet, arme su canasta básica y vea en qué establecimiento de la Ciudad de México ahorrará más.

Para ahorrar y comprar mejor,
¡compare precios!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Aventuras de
CONSUMANDO
Presenta:
"Peligro en el centro comercial"
Consumancio viaja en un "chafabús" lleno de gente que se dirige a la inauguración del centro comercial "Chafa fe".
CHAPULTEPEC
¡Sube un gordito!
Pero simpático y buena onda.
Oigan, esto del nuevo centro comercial con 80% de descuento en todo ¿está padre, nooo?
Al menos eso dice aquí. Yo voy porque hay muchos video-juegos en súper oferta.
A mí los precios de la ropa me "mueven" gacho.
Lo que se mueve gacho es este chafabús
Es por el gordito, ¿noooo?
¡Qué pasó! Si no estoy tan pesado.
¡Ya llegamos, compren de todo!
Divirtiéndose como enanos, todos compraron y compraron.
¡No lo puedo creer! Ya tengo casi todo lo que siempre desee.
CAJAS
Pero Consumancio no estaba del todo convencido.
¡Ups! Este libro se está despintando... Algo anda mal, parece un trabajo para Consumando.
¡Miren! Esa muchacha se compró un disfraz de gata.

¡Órale! Es una felina, pero su disfraz está bien "corrientito"...
¡Soy Chafúbela, ama de la piratería, y todos ustedes, "consumidorsuchos", son mis víctimas!
2 × 1
Hoy, 15 de marzo, Día Internacional del Consumidor, inauguré mi centro comercial pirata ¡para burlarme de todos ustedes en sus narices! ¡JA JA JA!
¡Alto ahí, felina perversa! Cerraremos este centro comercial pirata que daña la economía de las personas con productos de pésima calidad.
¡Y tú, te las verás con mi "chafilátigo"!
¡ZAAP!
¡Chin, ya se trozó! Este sí debí comprarlo original...
No nos amedrentas, malévola gatita. ¡Tu imperio pirata caerá ante la capacidad de elección de las personas!
Pues ya "chafearon", porque invité sólo a gente consciente. ¡Sí, ustedes siempre andan viendo precios y llamándole a la Operadora 01-800 para que les dé informes y orientación! Pero ahora compraron mi mercancía.
Vamos a amarrarla con su propio látigo por jija des...obediente.
OFERTA
Te vamos a cerrar el "changarro" y nos vas a devolver nuestro dinero.
Gato que maúlla, no araña. Y recuerda que en el Día Internacional del Consumidor, como en los otros 364 días del año... ¡tú también tienen el poder!
¡Ja ja ja ja! Ahora los mismos consumidores acabaron contigo.
FIN

Grupo de Estudios Ambientales, A. C.

El Grupo de Estudios Ambientales nació hace 27 años con la idea de contribuir a mejorar la calidad ambiental y de vida de las personas mediante un enfoque socioambiental, que consiste en estimular la concienciación de los ciudadanos y conservar la tradición cultural de respeto y cuidado de la naturaleza.

Por Irving Rivas Rodríguez

Las asociaciones de consumidores son uno de los eslabones más importantes en la cadena de consumo. Representan la fuerza de los consumidores unidos para hacer valer sus derechos y la capacidad de la sociedad para equilibrar el poder de los proveedores globalizados.

En esta sección damos noticia de las asociaciones de consumidores surgidas libremente para dar solución conjunta a problemas de consumo de su interés.

¡Bienvenida esta iniciativa por consumir con inteligencia!

A finales de los años setenta, una veintena de jóvenes profesionistas iniciaron un movimiento ambiental que denominaron Grupo de Estudios Ambientales (GEA). Desde entonces tenían muy claro que el papel principal lo desempeñaba el ciudadano común y corriente, así que decidieron llegar a él mediante prácticas educativas que le hicieran entender la responsabilidad que conlleva el consumo de los recursos naturales. Actualmente GEA buscar alcanzar sus objetivos por medio de cuatro programas:

Sistema alimentario sustentable. Se trabaja en la región de Guerrero con comunidades y grupos de campesinos para generar sistemas sustentables que abarquen desde la producción hasta el consumo. Los integrantes del GEA señalan que parte importante de su labor se fundamenta en la investigación y difusión de lo que ellos consideran "múltiples riesgos de introducir organismos genéticamente modificados en el ambiente y en la cadena alimentaria", además de que luchan por "el etiquetado obligatorio de los productos elaborados con tales organismos".

Comunicación. Recoge el saber tradicional y las experiencias de manejo sustentable de recursos naturales para después elaborar materiales informativos multimedia.

Manejo campesino de recursos naturales. Este proyecto busca fortalecer la capacidad de las comunidades y las organizaciones campesinas para ejercer un control y manejo más adecuados de sus recursos naturales.

Gestión participativa hacia la sustentabilidad. Entre otros objetivos, promueve el óptimo aprovechamiento de los recursos naturales comunitarios, desde una perspectiva orientada a generar beneficios equitativos, así como la sostenibilidad de los proyectos en lo ambiental, cultural y lo económico.

Responsabilidad social

Aunque todos los campos de acción del GEA tienen que ver de una u otra manera con el consumo, existe uno

Profeco lo orienta

Si desea recibir más información acerca de las asociaciones de consumidores existentes en el país, llame a la Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores de **Profeco** a los teléfonos 5277-5243 y 5273-8693, o contáctelas en rreglac@profeco.gob.mx o en asociaciones@profeco.gob.mx

que destaca: el proyecto de Responsabilidad Social y Empresarial (RSE).

Margot Aguilar, coordinadora del programa de Gestión Participativa hacia la Sustentabilidad, del que se desprende el RSE, explica: “En este nuevo proyecto, lo que buscamos es dar a conocer que cualquier práctica de consumo no es sólo una práctica económica (o una práctica de preferencia económica), sino una práctica que define el modelo de producción de un país y del planeta. En ese sentido, las personas tienen la responsabilidad de intervenir en qué, cómo, bajo qué condiciones y para quién se produce; y luego, cómo se consume y cómo se desechan los desperdicios de ese consumo”.

Desde hace ya varios años el GEA inició un programa de educación ambiental, antecesor del RSE, en donde se le dio importancia primordial al consumo y se abordó desde diferentes ángulos, como el manejo de desperdicios sólidos domésticos (al impulsar lo que todos conocemos como la triple R: reducción, reciclaje y reutilización).

Hoy en día, el proyecto de RSE llega a las personas a través de prácticas educativas, talleres, conferencias y seminarios. “Estamos en busca de formas de mayor alcance en términos de difusión y medios más adecuados al momento en que vivimos”, menciona Margot Aguilar, para quien los talleres –sobre todo los orientados a los jóvenes– han sido bastante fructíferos, ya que “el hecho de tomar conciencia te impide volver a tus malos hábitos”.

Para la integrante del GEA la oportunidad de compartir charlas, conferencias y textos con distintos grupos ha logrado llamar la atención sobre el hecho de que vale la pena tener en cuenta las prácticas de consumo, tema que a juicio de los integrantes del GEA es muy poco conocido en el país.

Poder adquisitivo consciente

Los planes que se tienen para continuar con el programa RSE son varios, entre ellos:

1. La posibilidad de integrar un catálogo de pequeños productores y proveedores que contribuyan con sus prácticas y productos a propiciar un consumo responsable.
2. Fomentar grupos de mujeres con una visión de género para hacer una reflexión sobre el papel de la mujer en el consumo.
3. Buscar la vinculación con empresas y sectores sociales que comprendan que parte del ejercicio de la ciudadanía consiste en vigilar cuánto y cómo se va dando la responsabilidad social en las empresas.

El proyecto RSE tiene la intención de acercarse a las personas con mayor poder adquisitivo y contribuir a que tomen conciencia de la oportunidad que tienen de ejercer su papel como ciudadanos para generar cambios en la sociedad hacia un modelo de desarrollo más sustentable.

Para estar en contacto

Si desea más información sobre el GEA o si está interesado en los talleres del programa de Responsabilidad Social y Empresarial, visite la página en internet www.laneta.apc.org/gea, contáctelos vía telefónica en los teléfonos 5617-9027 y 5617-7127, o envíe un correo electrónico a gea@laneta.apc.org

Fuente Entrevista con Margot Aguilar, coordinadora del programa de Gestión Participativa hacia la Sustentabilidad, GEA

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a **rconsumidor@profeco.gob.mx.** No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.*

Se colgaron con la entrega

En agosto de 2005 compré varios artículos de baño en la tienda Decoración Mexicana. Al principio todo iba bien, de hecho la entrega de algunos productos fue casi inmediata, pero quedó pendiente la de dos espejos y tres ganchos para toalla.

Pasaron los días y los meses y Decoración Mexicana no me entregaba nada, así que a principios de diciembre decidí acudir a Profeco para presentar mi queja.

Gracias a su intervención, ni siquiera tuve que esperar a la fecha que se había fijado para la audiencia conciliatoria, pues Decoración Mexicana me entregó los productos faltantes a los pocos días de haber recibido la notificación de la Procuraduría.

Mariana Saiz Fernández

Nos da mucho gusto que su problema se resolviera rápidamente, y que Decoración Mexicana le entregara los productos pendientes sin necesidad de continuar con el procedimiento en nuestra delegación.

Decoración Mexicana, como cualquier otro proveedor, tiene la obligación de cumplir con las fechas de entrega y las condiciones ofrecidas al cliente. Por eso es muy importante verificar que el contrato u orden de servicio especifiquen claramente las características del producto y los compromisos de entrega, para que en caso de incumplimiento sean exigibles al proveedor.

A todos nuestros lectores:
Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La *Revista del Consumidor* no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones Profeco, Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.

* Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los *Lineamientos para la protección de datos personales* emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información).

Iusacell no da línea

Hace unos cuatro meses contraté en Iusacell tres teléfonos celulares para mi familia y para mí, que me han dado muchos problemas.

El número celular de mi hija ha cambiado tres veces, según me informan en Iusacell, porque el aparato es de nueva generación y bloquea la línea. Además, la compañía no respeta el límite de consumo que señalé al contratar, y durante dos meses me han hecho cargos mayores a los autorizados.

He querido cancelar las líneas, pero en su extenso contrato de letras muy pequeñas se protegen señalando una penalización muy alta en caso de rescindirlo antes de que transcurra el tiempo contratado.

Por si esto fuera poco, los días 7 y 8 de enero de 2006 se "cayó la red", en consecuencia, ni yo ni ningún usuario de Aguascalientes tuvimos servicio durante esos días.

¿Se imaginan las consecuencias de todo lo anterior? A mí me afectó de manera profesional, pues soy médico y varios pacientes delicados no se pudieron comunicar conmigo.

¿Cómo podemos los consumidores protegernos de los abusos y el mal servicio de estos dinosaurios?

Gabriel Martínez Fragoso

Iusacell está obligado a respetar los términos, tarifas y demás condiciones bajo las cuales usted contrató el servicio. Si esta empresa incumplió con las obligaciones adquiridas en el contrato, usted tiene todo el derecho a cancelarlo sin penalización alguna.

Le rogamos acuda a la delegación Profeco Aguascalientes ubicada en Vázquez del Mercado 132, colonia Centro, para formalizar su queja y así poder intervenir en la solución de su problema.

No olvide llevar una identificación oficial, su contrato y las facturas de los meses en los que Iusacell permitió que se excediera el límite de consumo que usted había determinado.

En nuestro próximo número

Pantallas que apantallan

Foto José Rodríguez

Si durante la Copa Mundial Alemania 2006 quiere disfrutar los partidos de Selección Mexicana en una nueva televisión, no se pierda este estudio donde nuestro Laboratorio le dice cuál es la calidad de los televisores medianos de pantalla plana y LCD, para un mundial ¡de alta tecnología!

De sabores

Foto José Rodríguez

¿Sabe qué hay dentro de esos empaques de leche saborizada que consumen sus hijos? Entérese en este estudio de qué tan nutritivos son estos productos y si de verdad conviene dárselos a nuestros pequeños.

Mágicas vacaciones

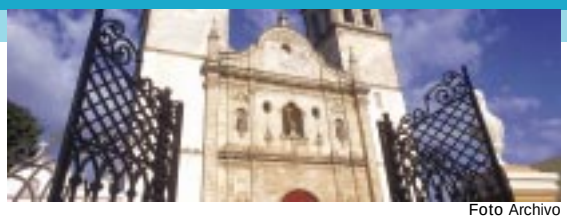


Foto Archivo

Se acercan las vacaciones de Semana Santa, y qué mejor manera de disfrutarlas que viviendo el misticismo de los Pueblos Mágicos de nuestro país. Sepa cuáles son, dónde se encuentran y qué ofrecen estos particulares destinos.

Viaje sin peregrinar

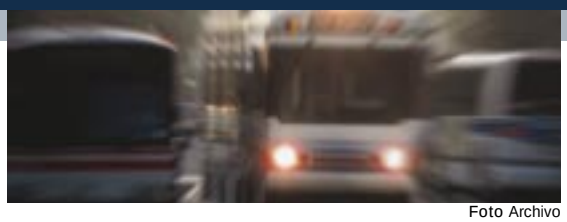


Foto Archivo

Si acostumbra viajar por autobús a los destinos de su preferencia, le conviene conocer cuáles son sus derechos al utilizar los servicios de una compañía de autotransporte. ¡Que su viaje marche sobre ruedas!

Fobias infantiles

Foto Archivo

Los miedos son un instinto de defensa natural. Sin embargo, el manejo de estas emociones no es fácil para los niños, por lo que pueden convertirse en fobias. Aprenda a detectarlas y conozca la manera de ayudar a sus hijos a enfrentar sus miedos.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en al teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981.
Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor.
Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 60,000 ejemplares.

¿Bueno?
sí, también bonito y barato

Teléfono del Consumidor

En el D.F., 5568-8722 y 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier lugar de la República.
Con 60 líneas a su disposición todos los días del año*.

El servicio personalizado que le brinda información sobre precio y calidad de productos, además:

- Orientación sobre quejas y denuncias
- Asesoría y orientación jurídica
- Ubicación de las oficinas de **Profeco** en todo el país
- Información sobre los Ángeles Blancos de **Profeco**
- Resultados de los estudios de calidad del Laboratorio **Profeco**
- Información sobre quién es quién en el envío de dinero desde Estados Unidos a México
- Suscripciones a la *Revista del Consumidor*
- Información sobre organizaciones de consumidores

Porque al que no habla no se le oye...
¡utilice el Teléfono del Consumidor!

* De lunes a viernes de 9:00 a 19:00 hrs.
Sábados y domingos de 10:00 a 18:00 hrs.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Alerta al consumidor

CUIDADO con los siguientes

productos y prácticas comerciales

Empresas de servicios turísticos que engañan

Se han recibido numerosas quejas de consumidores en contra de empresas intermediarias para la prestación de servicios turísticos, tales como ITC y Comsed, que para vender sus servicios hacen promesas que no cumplen.

Autos Cirrus y Stratus con posible riesgo

La National Highway Traffic Safety Administration de Estados Unidos reportó que los modelos 1999-2000 de Chrysler Cirrus, Dodge Stratus y Plymouth Breeze pueden presentar riesgos en la manguera de la dirección hidráulica.

Autos dañados por huracanes

Debido a la reciente posibilidad de importar autos usados de Estados Unidos y Canadá, los consumidores mexicanos corren el riesgo de adquirir vehículos considerados “pérdida total” dañados por los huracanes Wilma y Katrina.

Busque la información completa en la página 12

0 10722 58187 9 00349

Exhibir hasta el 31 de marzo de 2006

Caldo de camarón

Ingredientes (6 raciones)

Foto José Rodríguez

Preparación

1 Durante 20 minutos cueza los camarones enteros en dos litros de agua hirviendo, con un trozo de cebolla, un diente de ajo y una rama de perejil.

2 Cuele los camarones. Una vez que se enfríen, quíteles la cabeza, la cola y las patas.

3 Licue los tomates con los chiles y el agua de remojo, el resto de la cebolla, el diente de ajo y las cabezas, patas y colas de los camarones. Cuele esta salsa.

4 En dos cucharadas de aceite caliente sofría la salsa. Reserve.

5 Cuele el caldo y vuelva a ponerlo sobre el fuego. Añada los chayotes, las papas, las zanahorias y la otra rama de perejil. Tape y deje cocer durante 10 minutos.

6 Añada la salsa, los garbanzos y los camarones. Rectifique el agua y salpimente. Deje al fuego hasta que las verduras estén tiernas y el caldo esté sazonado. Sirva bien caliente con unas gotas de limón y adorne con rebanadas de aguacate.

Aporte nutrimental por ración	
Kilocalorías	316
Proteínas	17 g
Grasa	9 g
Colesterol	60 mg
Fibra dietética	9 g

Fuente Nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco

El Camarón

Pertenece a la familia de los crustáceos. Es el alimento marino **más consumido** en el mundo después del **atún**. Para poder mantener la demanda internacional, la cosecha de los camarones se ha incrementado tanto a nivel de pesca como de cultivo. Aunque se han identificado **cientos de especies**, suele clasificarse según su origen. Las variedades de agua **fría** generalmente son de **menor tamaño**, color más rojizo y sabor más dulzón; las de agua más **caliente** por lo regular son más grandes.

Cómo comprarlo y conservarlo

Los camarones se venden con o sin **caparazón**, crudos o **cocidos**, frescos o **congelados**. Si los adquiere crudos, elija los que tienen caparazón, consistencia firme y apariencia translúcida. Evite los camarones que huelan a **amoniaco**, con manchas **negras** y cáscara **amarillenta**, que es el resultado de un proceso de blanqueamiento exagerado para remover las manchas.

El camarón sin cáscara debe sentirse **firme** y presentar un color parejo. Si va a guardar camarones frescos, **lávelos** bien bajo el chorro del agua, **escúrralos** perfectamente, **cúbralos** y **refrigérelos**, pero no por más de **dos días**.

Aporte nutrimental

Los camarones son una rica fuente de proteínas de alta calidad (o alto valor biológico) debido a su contenido de **metionina**. La metionina pertenece al grupo de los aminoácidos indispensables para el organismo. Por esa razón, conviene incluir camarones en las dietas que **no admiten** carne roja, como las vegetarianas. La metionina representa mayor importancia para el mantenimiento del cuerpo que para el crecimiento; es de suma importancia para el **metabolismo** de las proteínas y las grasas, y ayuda a prevenir la **formación de grasa** alrededor del hígado. Es la principal fuente de azufre, el cual previene desórdenes de **la piel**, estimula el crecimiento del **cabello** y de las **uñas**, y ayuda a disminuir los niveles de colesterol al aumentar la producción de **lecitina** en el hígado.

Foto Archivo

Camarones y colesterol

Si bien el contenido de colesterol en los camarones frescos es ligeramente superior al que se encuentra en la **carne roja**, el beneficio se encuentra en su bajo contenido de **grasas saturadas**, que son de menos de **1/2 gramo** por cada 100 g de camarones, en comparación con los **8 gramos** que se encuentran en 100 g de carne de **cerdo** o de **res**.

Desde el punto de vista **dietético**, hoy se sabe que el incremento del colesterol sanguíneo está más relacionado directamente con la ingesta total de grasas saturadas que con la ingesta del colesterol mismo. El contenido calórico de los camarones **es bajo** (proporcionan una tercera parte de las calorías que las carnes rojas), debido a su **escaso** contenido de grasa, y son una buena fuente de **minerales** como calcio, potasio, fósforo, magnesio, cobre, selenio y yodo. Lo que **sí** debe considerarse es el alto contenido de **sodio**, por eso, los camarones secos y salados deben consumirse en cantidad **moderada**.

Chayotes

El chayote es una planta trepadora mexicana de la familia de las Cucurbitáceas (*Sechium edule*); su nombre proviene de la palabra náhuatl *chayotli*, que significa "**fruto en forma de pera**". Es uno de los productos vegetales que incluía la dieta de los antiguos mexicanos. Los chayotes son ricos en fibra dietética y agua, tienen poca cantidad de **vitamina C** y en cuanto a minerales destacan principalmente el **calcio** y el **potasio**. Es preferible cocer los chayotes con todo y cáscara y posteriormente pelarlos y cortarlos.

Prefiera los jóvenes...

Los chayotes más tiernos tienen piel brillante y lisa y pocas arrugas; no adquiera los que presenten demasiados surcos y manchas cafés; si se eligen los de variedad espinosa, prefiera aquellos de tamaño mediano. Ambas variedades de chayotes pueden conservarse en el refrigerador o en un lugar fresco y ventilado hasta por dos semanas.

Moños (pan dulce)

Ingredientes

* Se consigue en tiendas de autoservicio o de materias primas.

Utensilios

Recomendaciones

- Precaliente el horno a 150º C durante 15 minutos antes de introducir los moños. Una vez que estén adentro, aumente la temperatura a 170º C.
- Para reducir e tiempo en que la masa duplica su volumen, puede colocarla en baño maría a 40º C, esto es, la temperatura que soporte la muñeca de la mano.
- Puede sustituir la levadura en polvo por 2 cucharadas soperas de levadura húmeda desmoronada.
- En lugar de margarina puede utilizar mantequilla, o bien, puede utilizar una mitad de mantequilla y otra de manteca vegetal; así reducirá aún más el costo sin afectar el sabor.
- Revise los moños a los 10 minutos de introducirlos al horno. Si nota que la base está dorada, mientras que la superficie aún está pálida, disminuya la temperatura 10º C.

Rendimiento: 900 g = 15 piezas aproximadamente

Tiempo de preparación: 3 horas

Caducidad: El pan elaborado mediante esta tecnología tiene una duración aproximada de 3 semanas.

Beneficio

Al elaborar los moños se asegura de la higiene, y dependiendo del lugar en donde adquiera las materias primas, puede obtener un ahorro de hasta 75%. Esto significa que elaborarlos cuesta 1/4 parte del precio en el mercado.

Datos interesantes

Foto Archivo

La elección de harina de trigo para hacer pan esponjoso se debe a las propiedades de sus proteínas, las cuales al amasarse con la leche se transforman en una proteína llamada gluten, que tiene la característica de ser elástica.

Es importante poner a refrigerar la masa para que la margarina esté sólida al momento de hornear y permitir el desdoblamiento en capas.

La consistencia esponjosa del pan se debe a la fermentación de la masa por una levadura que casualmente es la misma que fermenta el jugo de uva para hacer el vino, la cerveza y la gran mayoría de las bebidas alcohólicas, entre las que también se encuentran el pulque y el tepache.

Envasado y conservación

Una vez que estén fríos, guarde los moños en una panera o bolsa de plástico, ciérrela bien para evitar que el pan pierda humedad y se endurezca. Conserve en un lugar fresco y seco.

Procedimiento

1

En el pocillo ponga a entibiar 5 cucharadas de leche. La temperatura ideal es la que soporte la muñeca del brazo (tal como se prueba la leche para un bebé).

2

En el vaso de vidrio mezcle 2 cucharadas de harina, 1/2 de azúcar y el sobrecito de levadura. Agregue la leche tibia y agite con la cuchara. Reserve.

3

Coloque la margarina en el tazón y bata con el agitador hasta que adquiera consistencia cremosa. Reserve 3 cucharadas para el decorado.

4

Sobre la tabla de amasar o la superficie de una mesa limpia forme una fuente con la harina, previamente cernida. En el centro agregue el azúcar, la sal y 4 huevos.

5

Comience a mezclar y poco a poco añada la mitad de la margarina y el resto de la leche. Continúe amasando hasta obtener una masa manejable (aproximadamente 10 minutos).

6

Incorpore la mezcla de levadura y siga amasando hasta que la masa se despegue de la mesa y de las manos, y se estire unos 30 cm sin romperse.

7

Coloque la masa en un tazón de vidrio y cúbrala con el plástico para alimentos. Déjela reposar en un lugar tibio hasta que duplique su tamaño.

8

Con el rodillo extienda un poco la pasta y disperse el resto de la margarina sobre la mitad de la superficie, doble a la mitad y extienda con el rodillo. Para que no se salga la margarina de la pasta, pase el rodillo de la orilla hacia el centro, procurando que tome forma rectangular.

9

Una vez extendida la masa, doble en tres partes a lo ancho y en dos a lo largo. Extienda de nuevo con el rodillo y doble otra vez.

10

Ponga la masa en el molde refractario, cúbralo con plástico para alimentos y deje reposar durante 2 horas en el refrigerador.

11

Al cabo de ese lapso, espolvoree un poco de harina sobre la tabla de amasar o la mesa y extienda la pasta formando un rectángulo de 5 mm de grosor.

12

Corte pequeños rectángulos (de tal modo que obtenga 15 piezas). Para formar los moños, solamente hay que doblar cada rectángulo de masa por el centro. Aparte, bata un huevo entero y con éste barnice la superficie de los moños. Acomode sobre una charola engrasada. Deje reposar 10 minutos.

13

Hornee los moños durante 25 minutos a 170º C.

14

Déjelos enfriar hasta que pueda tocar la superficie del moño sin quemarse. Con la brocha unte un poco de margarina en la superficie del pan y enseguida espolvoree azúcar.

Fuente Dirección General de Educación para el Consumo
• **Validación** Maestro en Ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra